

---

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PRODUK TABUNGAN  
TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA PT. BANK SULUT GO CABANG UTAMA  
MANADO**

*ANALYSIS OF EFFECT OF QUALITY OF SERVICE AND SAVING PRODUCT TO CUSTOMER  
LOYALTY AT PT. BANK SULUT GO MAIN BRANCH MANADO*

Oleh :  
**Agustinus Petege<sup>1</sup>**  
**Frederik G.Worang<sup>2</sup>**  
**Imelda W.J.Ogi<sup>3</sup>**

<sup>123</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen  
Universitas Sam Ratulangi Manado

E-mail :

<sup>1</sup>[agustinus\\_petege@yahoo.co.id](mailto:agustinus_petege@yahoo.co.id)

<sup>2</sup>[fworang@gmail.com](mailto:fworang@gmail.com)

<sup>3</sup>[ogi\\_imelda@unsrat.ac.id](mailto:ogi_imelda@unsrat.ac.id)

**Abstrak** : Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui beberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan produk tabungan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Sulut Go Cabang Utama Manado baik secara simultan (bersama-sama) dan parsil (masing-masing). Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan jumlah sampel 100 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah studi lapangan (menyebarkan kuesioner) dan studi pustaka. Metode analisa data yang digunakan adalah uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian, uji asumsi klasik, dan terakhir analisis analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) dan produk tabungan (X2), secara bersama-sama tidak signifikan terhadap variabel loyalitas nasabah (Y). Hasil Koefisien Korelasi (R) menunjukkan kualitas pelayanan (X1) dan produk tabungan (X2), terhadap loyalitas nasabah (Y) mempunyai hubungan yang tinggi, dan hasil Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X1) dan produk tabungan (X2) sangat berpengaruh terhadap loyalitas nasabah (Y) sedangkan pengaruh lainnya yang diperoleh dari variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Variabel Kualitas Pelayanan (X1) memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah.

**Kata Kunci** : *Kualitas Pelayanan, Produk Tabungan dan Loyalitas Nasabah*

**Abstract** : *This study aims to determine some of the major influence of service quality and savings products on customer loyalty at PT. Bank Sulut Go Main Branch Manado both simultaneously (together) and parsil (respectively). The research method used is quantitative with the number of samples of 100 respondents. Data collection techniques used were field studies (distributing questionnaires) and literature study. Data analysis method used is test validity and reliability of research instrument, classical assumption test, and last analysis of multiple linear regression analysis. The result of research shows that service quality variable (X1) and savings product (X2), together are not significant to customer loyalty variable (Y). The result of the correlation coefficient (R) shows the quality of service (X1) and the savings product (X2), on the customer loyalty (Y) has a high correlation, and the coefficient of determination (R<sup>2</sup>) indicates that the service quality (X1) and the savings product (X2) very influential on customer loyalty (Y) while other influences obtained from other variables not included in this study. Variable Quality of Service (X1) has an influence on customer loyalty.*

**Keywords** : *Service Quality, Savings Products and Customer Loyalty*

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Industri perbankan telah mengalami perubahan besar dalam beberapa tahun terakhir. Industri ini menjadi lebih kompetitif karena deregulasi peraturan. Saat ini, bank memiliki fleksibilitas pada layanan yang mereka tawarkan, lokasi tempat mereka beroperasi, dan tarif yang mereka bayar untuk simpanan deposito.

Bank dalam menghadapi persaingan perlu meningkatkan strategi pemasarannya antara lain melalui peningkatan loyalitas nasabah yang menabung di banknya dengan focus pada loyalitas nasabah maka bank akan memiliki nasabah setia yang akan menopang bisnis perbankannya. Pentingnya loyalitas nasabah ini terkait dengan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Dengan terus mempertahankan loyalitas nasabah maka suatu bank dipastikan akan langgeng sampai di masa yang akan datang.

Bagi Bank Sulut Go Manado kualitas layanan yang ingin dipenuhi harus dilihat dari sudut pandang nasabah, karena nasabah merupakan penilai utama dari kualitas pelayanan sehingga prioritas utama dalam jaminan kualitas adalah penilaian nasabah terhadap kualitas pelayanan jasa perbankan. Apabila Bank Sulut Go Manado dapat memberikan pelayanan yang layak dan adil terhadap seluruh nasabah tentunya nasabah tersebut akan merasa dihargai dan nyaman dalam menggunakan jasa perbankan yang ditawarkan oleh Bank Sulut Go sehingga ia akan loyal dan menyebarkan pengalamannya kepada orang lain. Jika nasabah merasa nyaman dalam melakukan transaksi di PT. Bank Sulut Go Manado maka dapat dikatakan bahwa nasabah tersebut merasa puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank Sulut Go Manado maka nasabah selalu loyal dan tidak akan melarikan diri atau pindah di bank lain.

**Tabel 1.** Rekapitulasi Nasabah Bank Sulut Go Manado 5 Tahun terakhir 2012 - 2016

| Tahun                 | Tabungan       | Giro          | Deposito     | Jumlah Nasabah/Tahun |
|-----------------------|----------------|---------------|--------------|----------------------|
| 2012                  | 30.835         | 4.080         | 732          | 35.647               |
| 2013                  | 33.790         | 4.415         | 674          | 38.879               |
| 2014                  | 33.790         | 4.328         | 637          | 38.755               |
| 2015                  | 29.702         | 4.059         | 613          | 34.374               |
| 2016                  | 31.336         | 2.677         | 600          | 34.613               |
| <b>Jumlah Nasabah</b> | <b>193.243</b> | <b>19.559</b> | <b>3.256</b> | <b>216.058</b>       |

(Sumber : Olah Data Bank Sulut Go Manado, 2017)

Nasabah Bank Sulut Go Manado mengalami kenaikan pada tahun 2013 dan 2014. Kemudian pada tahun 2015 dan 2016 terjadi penurunan nasabah Bank Sulut Go Manado sehingga penurunan ini dapat berdampak kurang baik untuk Bank Sulut Go Manado.

Loyalitas nasabah disebabkan oleh konfirmasi atau diskonfirmasi positif dari harapan (*ekspektasi*) dan ketidakpuasan disebabkan oleh diskonfirmasi negatif dari harapan pelanggan (Oliver, 1980; dalam Ramli dan Sjahruddin, 2015). Loyalitas merupakan efek akhir dari suatu pembelian, yang diartikan sebagai suatu sikap dan niat untuk berperilaku dimasa depan, dan diekspresikan melalui hal-hal seperti; komitmen untuk membeli kepada perusahaan jika membutuhkan produk lainnya; komitmen untuk memberikan rekomendasi kepada orang lain : niat untuk menambah jumlah tabungan; niat atau keinginan untuk mencirikan hal-hal yang positif tentang perusahaan; dan kesediaan untuk membayar mahal (beban biaya). Loyalitas nasabah berawal dari pelayanan perusahaan yang memuaskan sehingga menghasilkan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah membandingkan antara kinerja yang dirasakan dengan yang diharapkan (Kotler dan Keller, 2007).

### Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan produk tabungan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Sulut Go Cabang Utama Manado.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Sulut Go Cabang Utama Manado.
3. Untuk menganalisis pengaruh produk tabungan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Sulut Go Cabang Utama Manado.

---

**TINJAUAN PUSTAKA****Kualitas Pelayanan**

Pengertian Kualitas Pelayanan menurut Suwithi dalam Anwar (2002:84)“ Kualitas pelayanan adalah mutu dari pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, baik pelanggan internal maupun pelanggan eksternal berdasarkan standar prosedur pelayanan”.Kemudian menurut Kotler (2000:25), kualitas pelayanan merupakan totalitas dari bentuk karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan, baik yang nampak jelas maupun yang tersembunyi. Bagi perusahaan yang bergerak di sektor jasa, pemberian pelayanan yang berkualitas pada pelanggan merupakan hal mutlak yang harus dilakukan apabila perusahaan ingin mencapai keberhasilan.

**Produk**

Kata produk berasal dari bahasa Inggris product yang berarti ”sesuatu yang diproduksi oleh tenaga kerja atau sejenisnya”. Sedangkan definisi produk menurut Kotler adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan (Kasmir 2005:136). Produk tidak hanya berupa barang yang terwujud, akan tetapi definisi produk yang lebih luas meliputi objek fisik, jasa, kegiatan, orang, tempat, organisasi, ide atau campuran dari hal-hal tersebut.

**Kualitas Produk**

Kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. Ini merupakan kualitas yang berpusat pada konsumen (Kotler, 2000).

Menurut Lupiyoadi (2001:144), kualitas produk adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuan-kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten. Jadi, kualitas produk adalah kemampuan pelanggan, retensi pelanggan, komunikasi gethok tular, pembelian ulang, loyalitas pelanggan, pangsa pasar dan profitabilitas.

Menurut Garvin yang dikutip Durianto (2004:98-99), dimensi kualitas produk meliputi :

1. Kinerja (performance) : melibatkan berbagai karakteristik operasional utama.
2. Pelayanan (serviceability) : mencerminkan kemampuan memberikan pelayanan pada produk tersebut.
3. Ketahanan (durability) : mencerminkan umur ekonomis dari produk tersebut.
4. Keandalan (reliability) : konsistennsi dari kinerja yang dihasilkan suatu produk dari satu pembelian ke pembelian berikutnya.
5. Karakteristik produk (features) : bagian-bagian tambahan dari produk (features).
6. Kesesuaian dengan spesifikasi (conformance with specifications) : merupakan pandangan mengenai kualitas proses manufakturur (tidak ada cacat produk) sesuai dengan spesifikasi yang telah ditentukan dan teruji.
7. Hasil (fit and finish) : mengarah kepada kualitas yang dirasakan yang melibatkan enam dimensi sebelumnya. Jika perusahaan tidak data menghasilkan “hasil akhir” produk yang baik maka kemungkinan produk tersebut tidak akan mempunyai atribut kualitas lain yang penting.

**Loyalitas Nasabah**

Loyalitas nasabah merupakan perilaku yang terkait dengan merek sebuah produk, termasuk kemungkinan memperbarui kontrak di masa yang akan datang, berapa kemungkinan nasabah mengubah dukungannya terhadap merek, berapa kemungkinan keinginan nasabah untuk meningkatkan citra positif suatu produk. Jika produk tidak mampu memuaskan nasabah maka nasabah akan bereaksi dengan cara exit (nasabah menyatakan berhenti membeli merek atau produk) dan voice (nasabah menyatakan ketidakpuasan secara langsung pada perusahaan).

Menurut Subagyo (2010:13) berpendapat bahwa : “Loyalitas nasabah merupakan pembelian ulang sebuah merek secara konsisten oleh nasabah. ”Istilah loyalitas sudah sering diperdengarkan oleh pakar marketing maupun praktisi bisnis, loyalitas merupakan konsep yang tampak mudah dibicarakan dalam konteks sehari-hari, tetapi menjadi lebih sulit ketika dianalisis maknanya. Menurut Hasan (2008:81) dalam banyak literatur mengemukakan definisi loyalitas sebagai berikut :

1. Sebagai konsep generik, loyalitas merek menunjukkan kecenderungan konsumen untuk membeli sebuah merek tertentu dengan tingkat konsistensi yang tinggi.
2. Sebagai konsep perilaku, pembelian ulang kerap kali dihubungkan dengan loyalitas merek (brand loyalty). Perbedaannya, bila loyalitas merek mencerminkan komitmen psikologis terhadap merek tertentu, perilaku pembelian ulang menyangkut pembelian merek yang sama secara berulang.
- 3.
4. Pembelian ulang merupakan hasil dominan perusahaan (a) berhasil membuat produknya menjadi satu-satunya alternatif yang tersedia, (b) yang terus-menerus melakukan promosi untuk memikat dan membujuk nasabah membeli kembali merek yang sama”.

Menurut Griffin (2002), pelanggan yang loyal adalah mereka yang sangat puas dengan produk atau jasa tertentu sehingga mempunyai antusiasme untuk memperkenalkannya kepada siapapun yang mereka kenal. Karakteristik pelanggan yang loyal antara lain :

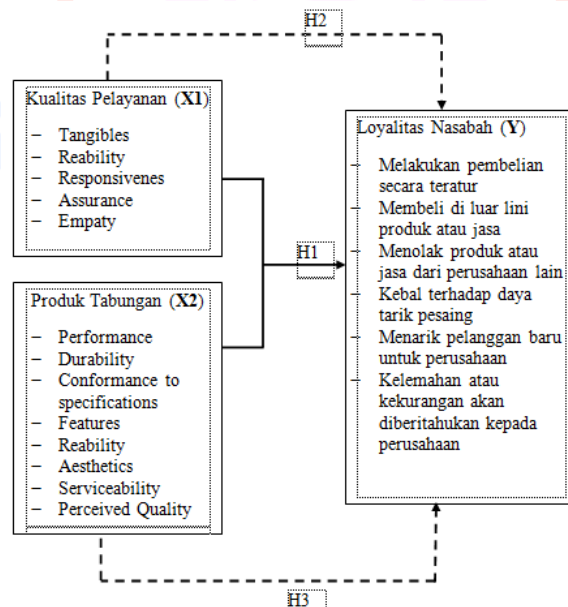
1. Melakukan pembelian secara teratur
2. Membeli di luar lini produk atau jasa
3. Menolak produk atau jasa dari perusahaan lain
4. Kebal terhadap daya tarik pesaing
5. Menarik pelanggan baru untuk perusahaan
6. Kelemahan atau kekurangan akan diberitahukan kepada perusahaan

### Penelitian Terdahulu

Penelitian I Gede Yogi Pramana dan Ni Made Rastin ( ) tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Veteran Denpasar Bali menjelaskan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan nasabah dan loyalitas nasabah. Lely Ana Ferawati Ekaningsih dan Maria Ulfa ( ) tentang Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Haji Arafah Pada Bank Muamalat Indonesia Kcp Genteng Kabupaten Banyuwangi menunjukkan bahwa semua variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

Teuku Adyansyah ( ) tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. (Studi Kasus Pada Bank Mandiri Cabang Lhokseumawe Pendopo) menunjukkan hasil bahwa semua variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen

### Kerangka Konsep



**Gambar 1. Kerangka Konsep**

Sumber : Kajian Teori

## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Sesuai dengan judul yang akan penulis teliti yaitu studi tentang analisis pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk tabungan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Sulut Go Cabang Utama Manado, jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian ini untuk melihat pengaruh antara variabel. Uji penelitian ini termasuk uji asosiasi menggunakan analisis korelasi dan regresi adalah alat analisis yang sering dipakai dalam uji asosiasi yang menurut Sugiyono (2015:36) adalah : merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih.

### Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di PT. Bank Sulut GO Cabang Utama Manado. Waktu penelitian yang digunakan untuk memperoleh data dan keterangan dari para nasabah selama 3<sup>1</sup>/<sub>2</sub> bulan yakni Desember 2017 – pertengahan Maret 2018.

### Populasi

Sugiyono (2015:215) menyatakan bahwa populasi adalah : “Wilayah generalisasi yang terdiri atas : objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.” Berdasarkan pengertian di atas maka yang menjadi populasi penelitian ini adalah nasabah di Bank Sulut GO Cabang Utama Manado tahun 2016 yang berjumlah 34.613 orang yang tersebar di kota Manado (menurut data Bank Sulut Go Cabang Utama Manado 2017).

### Sampel

Sugiyono (2015:81) menyatakan sampel merupakan : “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Penarikan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode *nonprobability sampling* dengan pendekatan *Accidental Sampling*, yaitu teknik penentuan sampel kebetulan, yaitu siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat di jadikan sampel jika dipandang cocok sebagai sumber data. Jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin, Rully (2014:103). sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :

N = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

Z = Persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan yang masih dapat di tolerir misalnya 10%.

Berdasarkan rumus diatas dapat diperoleh jumlah sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{34.613}{1 + 34.613(0,10)^2}$$

$$n = \frac{34.613}{346,14}$$

$$n = 99,99 \text{ (dibulatkan menjadi 100 responden)}$$

Dari hasil perhitungan di atas, diperoleh jumlah sampel yang diteliti adalah sebesar 100 responden

### Data dan Sumber Data

Data merupakan sekumpulan informasi dalam pengambilan keputusan (Kuncoro, 2010). Penelitian ini menggunakan dua jenis data yaitu data primer dan data sekunder.

### Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan 2 teknik pengumpulan data, yaitu :

1. Studi Lapangan (Kuesioner)
2. Studi Pustaka

### Teknik Analisa Data

Data yang terkumpul akan dianalisis dengan beberapa tahap, pertama uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian, uji asumsi klasik, dan terakhir analisis analisis regresi linear berganda. Data yang diperoleh dari responden lewat kuesioner dikodekan sesuai dengan skala Likert 1 – 5, dan kemudian ditabulasi dengan menggunakan analisis statistik dengan program komputer SPSS.

### Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen

Uji validitas mengukur sejauh mana ketepatan dan kecermatan alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya (Yamin & Kurniawan, 2009). Indikator valid adalah indikator yang memiliki tingkat kesalahan pengukuran yang kecil. Instrumen dikatakan valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur, atau mampu mengukur apa yang ingin dicari secara tepat (Sugiyono, 2015).

### Uji Asumsi Klasik

Untuk memperoleh hasil regresi linier yang baik serta tidak bias maka digunakan uji asumsi klasik, yaitu: uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji normalitas.

### Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah suatu metode statistik umum yang digunakan untuk meneliti hubungan antara sebuah variabel dependen dengan beberapa variabel independen. Adapun formula untuk metode analisis regresi berganda menurut Ranguti (2009:66-67) adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana :

Y = Loyalitas Nasabah

b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub> = Koefisien Regresi

X<sub>1</sub> = Kualitas Pelayanan

X<sub>2</sub> = Produk tabungan

e = Kesalahan pengganggu

### Pengujian Hipotesis

#### Uji t (parsial)

Untuk menguji variabel yang berpengaruh X<sub>1</sub>X<sub>2</sub> terhadap Y secara individual (parsial) maka digunakan uji t.

#### Uji F(simultan)

Untuk menguji variabel yang berpengaruh antara X<sub>1</sub> X<sub>2</sub> terhadap Y secara bersama-sama (simultan) maka digunakan F.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

#### Uji Validitas dan Reliabilitas Instrument

#### Uji Validitas

Tabel 2 Uji Validitas Instrument

| Variabel                | Pernyataan | Perason Correlations | r Tabel | Status |
|-------------------------|------------|----------------------|---------|--------|
| Kualitas Pelayanan (X1) | X11        | 0.909                | 0,195   | Valid  |
|                         | X12        | 0.926                | 0,195   | Valid  |
|                         | X13        | 0.913                | 0,195   | Valid  |
|                         | X14        | 0.911                | 0,195   | Valid  |
|                         | X15        | 0.940                | 0,195   | Valid  |
| Produk Tabungan (X2)    | X21        | 0.951                | 0,195   | Valid  |
|                         | X22        | 0.951                | 0,195   | Valid  |
|                         | X23        | 0.817                | 0,195   | Valid  |
| Loyalitas Nasabah (Y)   | Y1         | 0.955                | 0,195   | Valid  |
|                         | Y2         | 0.924                | 0,195   | Valid  |

|    |       |       |       |
|----|-------|-------|-------|
| Y3 | 0.951 | 0,195 | Valid |
| Y4 | 0.859 | 0,195 | Valid |

r tabel untuk N= 100 adalah 0,195

Sumber : data diolah, 2018

Tabel 2 menunjukkan berdasarkan r tabel yang merupakan tabel koefisien relasi keseluruhan indikator Kualitas Pelayanan (X1), Produk Tabungan (X2), dan Loyalitas Nasabah (Y) memiliki hasil *Pearson Correlations* > r tabel (0,195) maka dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk penelitian.

### Uji Reliabilitas

**Tabel 3 Uji Reliabilitas Instrument**

| Variabel                | Cronbach's Alpha | Status   |
|-------------------------|------------------|----------|
| Kualitas Pelayanan (X1) | 0,954            | Reliable |
| Produk Tabungan (X2)    | 0,888            | Reliable |
| Loyalitas Nasabah (Y)   | 0,888            | Reliable |

Sumber : data diolah, 2018

Tabel 3 menunjukkan hasil uji reliabilitas Kualitas Pelayanan (X1) adalah 0,954. Produk Tabungan (X2) adalah 0,888. Dan Loyalitas Nasabah (Y) adalah 0,888. Data menunjukkan nilai dari *Cronbach's Alpha* memiliki nilai yang berarti hasil yang ada yaitu reliabel.

### Uji Asumsi Klasik

#### Hasil Uji Multikolinearitas

**Tabel 4 Uji Multikolinearitas**

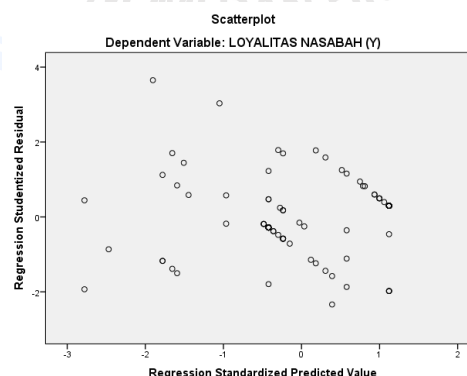
| Model | Coefficients <sup>a</sup> |           | Collinearity Statistics |  |
|-------|---------------------------|-----------|-------------------------|--|
|       |                           | Tolerance | VIF                     |  |
| 1     | (Constant)                |           |                         |  |
|       | KUALITAS PELAYANAN (X1)   | .811      | 1.233                   |  |
|       | PRODUK TABUNGAN (X2)      | .811      | 1.233                   |  |

a. Dependent Variable: LOYALITAS NASABAH (Y)

Sumber : data diolah, 2018

Tabel 4 menunjukkan nilai *Tolerance* dari Kualitas Pelayanan (X1) adalah 0,811 yang nilainya >0,01. Produk Tabungan (X2) adalah 0,811 yang nilainya >0,01. Nilai *VIF* dari Kualitas Nasabah (X1) adalah 1,233 dan Produk Tabungan (X2) 1.233 yang nilainya < 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas atau tidak terjadi korelasi antar variabel bebas dalam model regresi tersebut.

### Hasil Uji Heterokesiditas



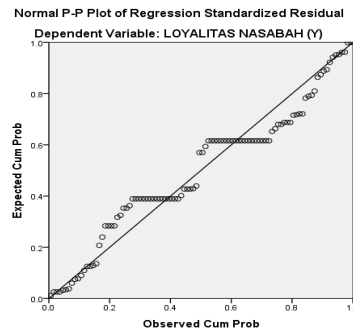
**Gambar 2. Hasil Uji Heterokesiditas**

Sumber : data diolah, 2018

Gambar 2 yang ditampilkan untuk uji heteroskedastisitas menggunakan grafik Scatterplot. Pada gambar yang ditampilkan memperlihatkan letak titik-titik yang menyebar secara acak dan tidak ada pola yang jelas,

serta dalam penyebaran titik-titik tersebut menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal tersebut berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi variabel Kinerja Karyawan (Y).

**Uji Normalitas**



**Gambar 3. Hasil Uji Normalitas**

Sumber : data diolah, 2018

Gambar 3 menunjukkan bahwa grafik Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual menggambarkan penyebaran data di sekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal grafik tersebut, maka model regresi yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.

**Hasil Uji t (Secara Parsial)**

**Tabel 5 Hasil Uji t**

| Model |                         | Coefficients <sup>a</sup>   |            |                           |        |      | Collinearity Statistics |       |
|-------|-------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|-------------------------|-------|
|       |                         | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | T      | Sig. | Tolerance               | VIF   |
|       |                         | B                           | Std. Error |                           |        |      |                         |       |
| 1     | (Constant)              | 3.449                       | 1.135      |                           | 3.038  | .003 |                         |       |
|       | KUALITAS PELAYANAN (X1) | .568                        | .043       | .803                      | 13.349 | .000 | .811                    | 1.233 |
|       | PRODUK TABUNGAN (X2)    | .130                        | .088       | .089                      | 1.477  | .143 | .811                    | 1.233 |

a. Dependent Variable: LOYALITAS NASABAH (Y)

Sumber : data diolah, 2018

Hasil menunjukkan nilai t hitung dari Kualitas Pelayanan (X1) adalah 13,394 dan Produk Tabungan (X2) adalah 1,477. Pengujian uji t dilakukan dengan ketentuan pada tingkat signifikan 5% (sig. 0,05). Tabel 4.6 menunjukkan untuk Kualitas Pelayanan (X1) nilai signifikan 13.394 > 0.05, artinya tidak signifikan terhadap Loyalitas Nasabah (Y). Produk Tabungan (X2) nilai signifikan 1.477 > 0.05, artinya tidak signifikan terhadap Loyalitas Nasabah (Y).

**Hasil Uji F (Secara Simultan)**

**Tabel 6 Hasil Uji F**

| Model |            | ANOVA <sup>a</sup> |  | Sig.              |
|-------|------------|--------------------|--|-------------------|
|       |            | F                  |  |                   |
| 1     | Regression | 121.817            |  | .000 <sup>b</sup> |
|       | Residual   |                    |  |                   |



**Total****a. Dependent Variable: LOYALITAS NASABAH (Y)****b. Predictors: (Constant), PRODUK TABUNGAN (X2), KUALITAS PELAYANAN (X1)***Sumber : data diolah, 2018*

Pada tabel uji F dapat dilihat bahwa hasil yang ada yakni angka signifikan (Sig.) sebesar 121.817. Angka ini lebih besar dari 0,05 maka disimpulkan bahwa H<sub>0</sub> diterima dan H<sub>a</sub> ditolak yang berarti Kualitas Pelayanan (X1) dan Produk Tabungan (X2) secara bersama-sama tidak signifikan terhadap Loyalitas Nasabah (Y).

**Pembahasan****Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Tabungan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Sulut Go Cabang Utama Manado**

Dari hasil penelitian yang penulis lakukan pada PT Bank SulutGo Cabang Utama menunjukkan bahwa tingkat signifikansi pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent adalah sebesar 121.817. sehingga dapat di interpretasikan bahwa walaupun terdapat pengaruh yang sifatnya positif antara kualitas layanan dan produk tabungan terhadap loyalitas nasabah tetapi dua variabel ini tidak lagi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini terjadi karena loyalitas nasabah di era perbankan modern ini tidak lagi hanya bergantung pada kualitas pelayanan atau produk perbankan saja tetapi juga terdapat faktor baik eksternal maupun internal yang mempengaruhi loyalitas nasabah.

**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Sulut Go Cabang Utama Manado**

Penelitian dengan menggunakan SPSS menunjukkan ketiga indikator dengan dihitung menggunakan Pearson Correlation dinyatakan memenuhi uji validitas dan variabel kualitas pelayanan (X1) dinyatakan memenuhi uji reliabilitas dengan melihat hasil hitung Cronbach's Alpha. Uji regresi linier berganda menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X1) memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah. Uji t menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X1) tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah. Walaupun, hasil temuan peneliti tidak menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan loyalitas nasabah, kualitas pelayanan tetap menjadi salah satu faktor penting yang perlu dipertahankan oleh PT Bank Sulut Go Cabang Utama sebagai penyedia layanan jasa dalam bidang perbankan.

**Pengaruh Produk Tabungan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT.Bank Sulut Go Cabang Utama Manado**

Penelitian dengan menggunakan SPSS menunjukkan ketiga indikator dengan dihitung menggunakan Pearson Correlation dinyatakan memenuhi uji validitas dan variabel produk tabungan (X2) dinyatakan memenuhi uji reliabilitas dengan melihat nilai Cronbach's Alpha. Uji regresi linier berganda menunjukkan produk tabungan (X2) memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah. Uji t menunjukkan bahwa produk tabungan (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Temuan peneliti yang berbeda dengan hasil penelitian sebelumnya dapat disebabkan oleh faktor objek penelitian yang berbeda dan karakteristik dari nasabah (responden) yang juga berbeda. Sehingga, dapat diimplikasikan bahwa produk tabungan tidak menjadi salah satu faktor yang menentukan loyalitas nasabah pada PT Bank Sulut Go Cabang Utama.

**PENUTUP****Kesimpulan**

Kesimpulan dari hasil penelitian ialah :

1. Kualitas Pelayanan dan Produk Tabungan secara bersama-sama atau simultan berpengaruh namun tidak signifikan pada loyalitas nasabah tabungan Bank Sulut GO Manado.
2. Kualitas Pelayanan secara parsial memiliki pengaruh namun tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah tabungan Bank Sulut GO Manado. Selain itu kualitas pelayanan merupakan variabel yang berpengaruh paling dominan terhadap loyalitas nasabah tabungan Bank Sulut GO Manado.
3. Produk Tabungan secara parsial memiliki pengaruh namun tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah tabungan Bank Sulut GO Manado.

**Saran**

Saran dari penelitian ini :

1. Bank Sulut GO Manado harus menjadikan temuan hasil penelitian ini dalam rangka meningkatkan loyalitas nasabah tabungan yang menabung di Bank Sulut GO Manado dimana dalam meningkatkan loyalitas nasabah, bank harus fokus pada peningkatan kualitas pelayanan dan produk tabungan yang lebih baik lagi.
2. Kualitas pelayanan perlu difokuskan oleh pihak Bank Sulut GO Manado secara khusus karena dengan meningkatkan kualitas pelayanan maka akan meningkatkan loyalitas nasabah perbankan khususnya para penabung di Bank Sulut GO Manado.
3. Bank-bank lain yang sejenis bisa memperhatikan temuan penelitian ini dalam rangka meningkatkan loyalitas nasabah penabung di bank mereka.
4. Penelitian ini bisa dijadikan referensi bagi penelitian-penelitian lainnya yang sejenis dan dapat direplikasikan pada penelitian-penelitian di objek yang lainnya ataupun dengan mengubah model penelitian.

**DAFTAR PUSTAKA**

Ahmad, Subagyo 2010, *Marketing In Business*. edisi pertama, cetakan pertama. Jakarta : Mitra

Wacana Media

Ali Hasan. 2008. *Manajemen Pemasaran dan Marketing*. Bandung : Alfabeta

Anwar Prabu Mangkunegara, (2002), *Manajemen Sumber Daya Manusia*, PT. Remaja Rosda

Karya, Bandung.

Durianto, Darmadi, dkk., *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas Dan Perilaku Merek*, Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2004

Griffin, Jill (2002) dialih bahasakan oleh Dwi Kartini Yahya. 2002 “*Customer Loyalty How to Earn it, How to Keep it*, Lexington Books. Singapore

I Gede Yogi Pramana dan Ni Made Rastini. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Veteran Denpasar Bali E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 5, No.1, 2016: 706-733ISSN : 2302-8912,. Aksek 10 November 2017

Kasmir. 2003. *Bank dan Lembaga Keuangan lainnya*. Jakarta: Raja Grafindo Persada

Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Kotler & amp; Armstrong, Principles of Marketing* | Pearson.

Kotler, Philip & Gary Armstrong, (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13 Jilid I. Jakarta : Erlangga

Kotler, Philip dan Keller, K.L. 2012. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1, Penerbit Erlangga, Jakarta

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Penerbit Indeks.

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2012. *Marketing Management 13*. New Jersey Person Prentice Hall, Inc

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen, 15th Edition*, Pearson Education,Inc.

Lemy, D. M., Bernarto, I., & Tulung, Joy Elly. (2013). Pengaruh Bauran Komunikasi Pemasaran Jasa Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Mahasiswa Memilih Perguruan Tinggi Swasta di Sulawesi Utara. *Jurnal Manajemen: Derema*

Lupiyoadi , Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : PT. Salemba Empat.

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta. Bandung.