
 JURNAL ILMIAH MANAJEMEN BISNIS DAN INOVASI UNIVERSITAS SAM RATULANGI (JMBI UNSRAT)

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN NASABAH TERHADAP
LOYALITAS NASABAH PADA BPR ARTHA PRIMA PERKASA**

Jeany, Mauli Siagian.

Program Studi Manajemen, Univesitas Putera Batam

ARTICLE INFO

Keywords: *Service Quality., Customer Satisfaction, Customer Loyalty*

ABSTRACT: *The research intends to show whether service quality and customer satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty at BPR Artha Prima Perkasa. The research sample that used was 180. The research method used in this reserach was quantitative approach and descriptive study method. The yield showed that R Square 0,384 or 38,4% of the value can be seen that service quality and customer satisfaction influence customer loyalty by 38,4% and the remaining 61,6% may affected by other factors that not tested in this research. The yield of the study based on the t test for service quality has a value of 5,179 > 1,973 (t_{table}) and significant value of 0,000 < 0,05, it can be said that variable of service quality significantly affect customer loyalty, while customer satisfaction has value of 4,461 > 1,973 (t_{table}) and significant worth of 0,000 < 0,05 can be seen that customer satisfaction has significant effect on customer loyalty. And the results of the F-test showed the value of 55,107 > 3,05 (F_{table}) and significant worth of 0,000 > 0,05 can be interpreted that service quality then customer satisfaction simultaneously influence customer loyalty.*

Corresponding author:

Jeany

pb160610010@upbatam.ac.id

Pendahuluan

Latar Belakang

Penggunaan jasa Bank pada jaman sekarang sudah menjadi hal yang biasa, apalagi bagi masyarakat yang bertempat tinggal di perkotaan. Seiring makin ketatnya persaingan perbankan, sehingga makin sulit juga pihak Bank guna memelihara kebaktian nasabah supaya tak pindah ke Bank lain. Untuk meningkatkan dan mempertahankan nasabah maka Bank harus menjaga citra yang baik di depan nasabah. Hal tersebut mendorong Bank untuk memberikan pelayanan yang terbaik dan menawarkan produk dan jasa untuk menarik minat dan mempertahankan nasabah.

Dalam hal mempertahankan dan meningkatkan nasabah, Bank perlu memberikan kualitas pelayanan yang prima dimana nasabah merasa tepat memilih Bank dalam menggunakan jasa perbankan Bank tersebut. Ada juga jasa pelayanan bagi nasabah yang memiliki pinjaman atau kredit apabila ingin melakukan pembayaran angsuran dapat bertransaksi melalui rekening Bank yang telah bekerjasama dengan pihak Bank (Mutmainnah, 2018: 201). Pernyataan ini didukung oleh (Ria Octavia, 2019: 36) menyatakan bahwa kepuasan nasabah merupakan hal yang dapat ditentukan nasabah berdasarkan pelayanan dan penyediaan produk Bank kepada nasabah. Pernyataan ini didukung oleh (Razak, Baheri, & Ramadhan, 2018: 12), saat Bank menawarkan produk dan jasa dengan pelayanan yang baik, memudahkan nasabah dalam bertransaksi, menawarkan suku bunga tabungan dan bunga deposito tinggi, dan memberikan nilai suku bunga yang rendah pada kredit, maka nasabah merasakan kepuasan dan meningkatkan loyalitas nasabah, sebaliknya apabila pelayanan yang diberikan Bank tidak baik, tidak memberikan keuntungan bagi nasabah, maka rasa ketidakpuasan nasabah terhadap Bank akan timbul.

Pada BPR Artha Prima Perkasa, ditemukan hal-hal yang memengaruhi loyalitas nasabah. Berdasarkan observasi, peneliti menemukan beberapa permasalahan pada Bank yakni bagian *Customer Service Officer* yang kurang menghargai dan ramah kepada nasabah, kurangnya inisiatif bagian *Customer Service Officer* ketika menghaturkan servis ke nasabah, jumlah *Frontliner (Customer Service & Teller)* yang kurang banyak dapat memengaruhi kelambatan dalam melayani nasabah apabila Bank sedang ramai, kurangnya pemahaman produk dan jasa oleh karyawan BPR Artha Prima Perkasa, dan promosi yang disajikan BPR Artha Prima Perkasa tengah kurang memadai.

Oleh sebab itu dilakukannya penelitian bertujuan agar mengetahui, menganalisis serta melihat lanjut terkait Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada BPR Artha Prima Perkasa.

Tinjauan Pustaka

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan ialah perilaku yang mewujudkan perubahan yang diperlukan nasabah sehingga nasabah dapat melakukan evaluasi khusus terhadap pelayanan, kualitas pelayanan mampu disebut selaku takaran seberapakah tingkat layanan yang dihaturkan mampu mencukupi cita nasabah, pernyataan ini didukung oleh (Syaiful Aswad, Realize, & Wangdra, 2018: 79). Kualitas pelayanan melambangkan suatu upaya pemenuhan permintaan dan kebutuhan nasabah diiringi dengan keseksamaan penyampainnya agar menyamai harapan nasabah, pernyataan didukung oleh (Erpurin, 2019: 182).

Indikator Kualitas Pelayanan

Adapun yang menjadi indikator penelitian ini pada variabel kualitas pelayanan diambil menurut (Atmaja, 2018: 51) yakni:

-
1. Tangible / fakta langsung
 2. Reliability / keandalan
 3. Responsiveness / kemampuan tanggapan
 4. Assurance / tanggungan
 5. Empathy / empati

Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah merupakan pernyataan bahagia ataupun kekecewaan nasabah dimana bersumber dari perumpamaan antara gambaran pada hasil atau kinerja produk serta keinginannya, pernyataan didukung oleh (Subagja & Susanto, 2019: 72). Menurut (Ria Octavia, 2019: 36), kepuasan konsumen merupakan perbandingan antara anggapan terhadap hasil kinerja baik merasakan senang ataupun kecewa, dimana kepuasan sama seperti penilaian sesudah menggunakan suatu alternatif yang dipilih paling tidak menepati atau melampaui harapan.

Indikator Kepuasan Nasabah

Adapun yang menjadi parameter penelitian ini di variabel kepuasan nasabah diambil menurut (Razak, Baheri, & Ramadhan, 2018: 13) yakni:

1. Bobot servis
2. Bobot produk/jasa
3. Harga
4. Lingkungan

Loyalitas Nasabah

Loyalitas nasabah ialah rasa loyal *customer* kepada produk, merek dan perusahaan. Loyalitas nasabah ialah komitmen *customer* pada *brand*, toko, ataupun penyuplai sesuai sifat pembelian jangka panjang yang positif, pernyataan didukung oleh (Marlius, 2018: 239). Menurut (Subagja & Susanto, 2019: 75), loyalitas nasabah ialah sokongan perilaku yang membutuhkan pembelian ulang, dan dibutuhkan waktu lama untuk membangun loyalitas nasabah terhadap layanan atau produk yang dihasilkan oleh entitas bisnis, yang perlu diselesaikan melalui proses pembelian berulang.

Parameter Loyalitas Nasabah

Mengenai yang menjadi parameter penelitian ini di variabel loyalitas nasabah diambil menurut (Nazwirman & Zain, 2017: 275) yakni:

1. *Makes regular repeat purchases*
2. *Purchases across product and service line*
3. *Refers others*
4. *Demonstrates immunity to the pull of the competition*

Penelitian Terdahulu

Studi yang dilaksanakan (Rahayu, 2017) bertitel Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. BPR Artha Pamenang Cabang Jombang. Penggunaan teknik analisis berupa analisis liner berganda menciptakan data penelitian kualitas pelayanan serta kepuasan nasabah dapat memengaruhi variabel loyalitas nasabah.

Studi yang dilaksanakan (Sigit & Soliha, 2017) dengan Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah. Penerapan teknik regresi berganda menciptakan kualitas

produk serta bobot servis berefek positif pada kepuasan *customer*. Kemudian bobot ciptaan, bobot servis serta variabel kepuasan nasabah berefek positif pada variabel loyalitas nasabah,

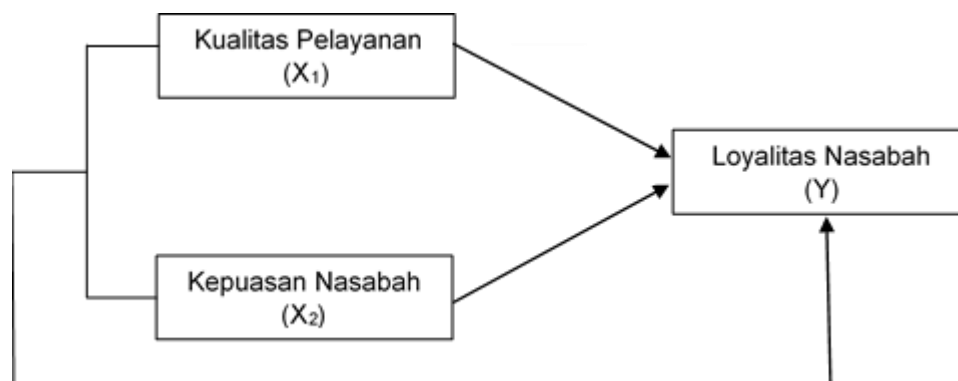
Studi yang dilaksanakan (Mutmainnah, 2018) bertitel Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah. Penggunaan olah data *Structural Equation Model* (SEM) menemukan hasil yakni kualitas layanan serta citra perusahaan berdampak positif serta signifikan baik pada kepuasan serta *savings loyalty* pula. Namun *satisfaction* tak memengaruhi loyalitas nasabah.

Studi yang dilaksanakan (Nurudin, 2018) dengan Pengaruh *Relationship Marketing*, Citra Perusahaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi di BRI Syariah KC Semarang). Penggunaan teknik olah data berupa analisis regresi linier berganda menghasilkan studi yakni *relationship marketing*, *image* perseroan, serta kepuasan berefek signifikan pada *customer satisfaction*.

Riset yang dilaksanakan (Razak et al., 2018) dengan Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah di BNI Cabang Kendari. Penerapan olah data analisis regresi linier berganda menemukan kepuasan (X1.) serta kepercayaan (X2.) berdampak positif pada loyalitas nasabah (Y.), kepuasan berefek positif tak signifikan pada loyalitas nasabah, serta kepercayaan nasabah berdampak positif serta signifikan pada loyalitas nasabah.

Studi yang dilaksanakan (Susanti & Syahrian, 2019) dengan Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Pondok Pinang. Pemakaian analisis regresi linier sederhana menerangkan ada dampak yang sangat positif serta signifikan antara bobot servis dengan kepuasan *customer* PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Pondok Pinang.

Studi yang dilaksanakan (Subagja & Susanto, 2019) dengan Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. BCA Tbk KC Pondok Gede Plaza. Pemakaian analisis regresi linier berganda menemukan konklusi bobot servis, kepuasan *customer*, serta citra perseroan berdampak pada loyalitas *customer*.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran
(Sumber: Peneliti, 2020)

Pengembangan hipotesis yakni:

H1: Kualitas pelayanan berpengaruh pada loyalitas nasabah di BPR Artha Prima Perkasa.

H2: Kepuasan nasabah berpengaruh pada loyalitas nasabah di BPR Artha Prima Perkasa.

H3: Kualitas pelayanan serta kepuasan nasabah simultan berpengaruh pada loyalitas nasabah di BPR Artha Prima Perkasa.

Metode Penelitian

Jenis Studi

Penelitian deskriptif merupakan macam studi yang dipergunakan dalam penelitian ini. Studi deskriptif ialah cara memeriksa sekelompok orang, suatu objek, seperangkat keadaan, seperangkat skema gagasan, dan serangkaian peristiwa. Tujuannya adalah untuk dengan sistematis, jujur dan akurat menggambarkan fakta, karakteristik dan juga hubungan antara fenomena yang diteliti. Jadi penelitian menggunakan deskripsi atau analisis masalah yang berkaitan dengan variabel independen untuk melakukan penelitian agar memperoleh data primer untuk mendukung penyusunan laporan penelitian ini (Rusdiono, 2019: 199).

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini berdasarkan data-data dari *Human Resources Department* (HRD) BPR Artha Prima Perkasa adalah jumlah nasabah yang memiliki rekening dan masih aktif di BPR Artha Prima Perkasa sebanyak 328 nasabah. Sehingga sampel yang dipilih dari populasi mesti representatif. Dengan memakai rumus Yamane, jumlah sampel yang diolah adalah 180 sampel.

Metode Pengumpulan Data

Cara penghimpunan data yang dipakai di studi merupakan pendistribusian kuesioner. Kuesioner ini disebarkan kepada 180 nasabah BPR Artha Prima Perkasa selaku responden.

Metode Analisis Data

Di pengujian, peneliti akan memakai metode analisis secara kuantitatif ialah menggolongkan data sesuai jenis serta variabel responden, menciptakan tabulasi data sesuai elemen dari semua responden, menampilkan fakta masing-masing elemen penelitian, mengerjakan kalkulasi agar menanggapi pertanyaan pembentukan, serta melaksanakan kalkulasi guna uji hipotesis sudah diputuskan.

Analisis Regresi Linear Berganda

Sesuai (Ogi, 2018: 1043), Analisis regresi linear berganda ialah sebuah cara statistik pada umumnya dipergunakan menganalisis keterkaitan variabel dependen bersama independen.

Hasil dan Pembahasan

Hasil Penelitian

Uji Kualitas Data

Perolehan data melalui kuesioner kemudian dengan melanjutkan ke tahap uji validitas serta reliabilitas. Kuesioner dipakai selaku pendukung studi untuk ukur pengujian, sehingga perlu dilakukan tahap uji validitas masing-masing variabel terhadap kuesioner yang didapatkan, selanjutnya dilakukan uji reliabilitas. Jumlah kuesioner yang peneliti lakukan sebanyak 180 responden, dengan capaian yakni.

Tabel 1. Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X_1)

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
.X1.1--	,495 ,579 ,546 ,513	,1506	Valid.

	,588
	,577
	,610
	,485
	,485
--X1.10.	,502

(Sumber: Data Studi, 2020)

Tabel 2. Uji Validitas Kepuasan Nasabah (.X₂)

Pernyataan	r.hitung	r.tabel	Penjelasan
.X2.1--	,553		
	,568		
	,565		
	,574		
	,617	,1506	Valid
	,485		
	,472		
--X2.8.	,505		

(Sumber: Data Studi, 2020)

Tabel 3. Uji Validitas Loyalitas Nasabah (.Y)

Pernyataan	r.hitung	r.tabel	Keterangan
Y1--	,705		
	,603		
	,739		
	,486		
	,583	,1506	Valid.
	,620		
	,625		
--Y8	,573		

(Sumber: Data Studi, 2020)

Capaian uji validitas memperlihatkan keseluruhan variabel yang diteliti memperoleh r hitung lebih tinggi dibanding r tabel 0,1506. Artinya data variabel dipergunakan valid.

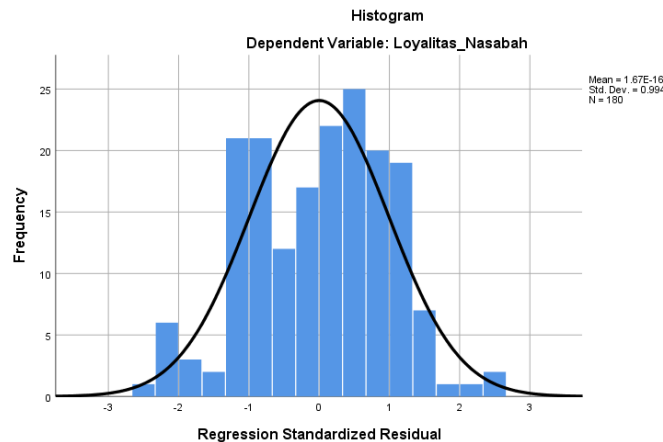
Tabel 4. Uji Reliabilitas.

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Kualitas Pelayanan (.X ₁)	,727	10	Reliabel.
Kepuasan Nasabah (.X ₂)	,656	8	Reliabel.
Loyalitas Nasabah (.Y)	,769	8	Reliabel.

(Sumber: Data Penelitian, 2020)

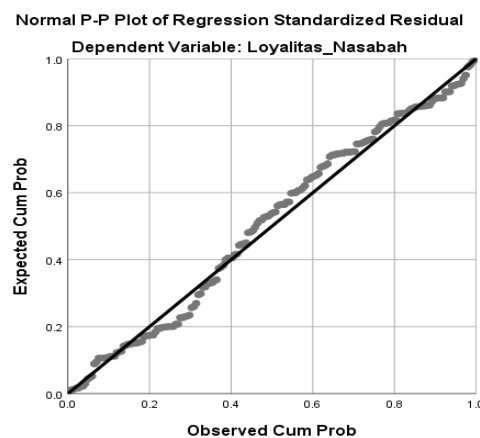
Hasil uji menerangkan kolom masing-masing dari ketiga variabel yang diteliti memiliki hasil nilai angka *cronbach's alpha* di atas nilai 0,06. Bersumber pada analisa dapat bermakna bahwa alat yang dipakai pengujian adalah reliabel.

Uji Normalitas



Gambar 2. Histogram
(Sumber: Data Penelitian, 2020)

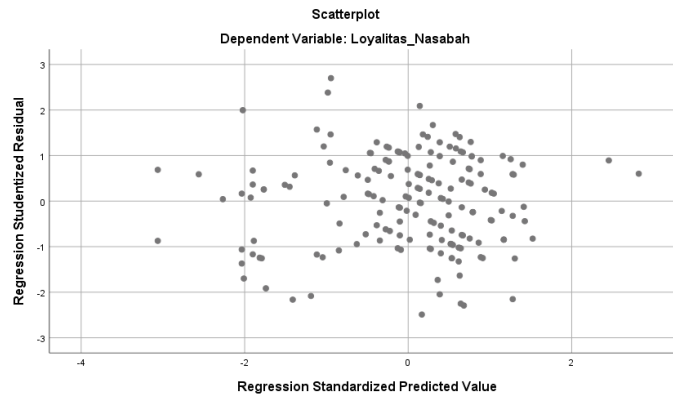
Sesuai yang terlihat dari gambar 2. di atas, diperoleh kurva menampilkan bentuk lonceng dengan kedua sisi yang saling melebar. Maka kesimpulannya yaitu nilai residual pada model ini sudah dinyatakan berdistribusi normal. Berikut hasil diagram *Normal Probability P-Plot* mampu diamati dari visual selanjutnya:



Gambar 3. Diagram Normal Probability P-Plot
(Sumber :Data Penelitian, 2020)

Sesuai yang terlihat diatas, dikonklusikan letak titik-titik berhimpitan di dekat garis diagonal, jadi konklusi nilai residual pada model ini dinyatakan telah berdistribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 4. Grafik Scatterplot.
(Sumber: Data Studi, 2020)

Sesuai visualisasi diatas, bahwasannya bulatan pada grafik tidak berbentuk pola khusus yang beraturan, jadi dapat diberi konklusi bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Uji Multikolinearitas

Tabel 5. Uji Multikolinearitas.

Variabel.	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance.	VIF.	
Kualitas Pelayanan	,666	1,501	Bebas multikolinearitas
Kepuasan Nasabah	,666	1,501	Bebas multikolinearitas

(Sumber: Data Studi, 2020)

Sesuai yang terlihat dari tabel 5. dapat ditemukan bahwa nilai toleransi kualitas pelayanan serta kepuasan nasabah sama 0,666 dan nilai tersebut > 0,10. Dan angka VIF kualitas pelayanan serta kepuasan nasabah sama 1,501 serta angka tersebut < dari 10. Hingga mampu dikonklusikan bila model regresi di atas bebas dari gejala multikolinearitas antar variabel bebas.

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 6. Uji Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients.	
		B	Std. Error.
1	(Constant.)	8,232	2,163
	Kualitas Pelayanan	,317	,061
	Kepuasan Nasabah	,350	,078

(Sumber: Data Penelitian, 2020)

Sesuai yang terlihat dari tabel 6. mampu ditata persamaan regresi bagi penelitian ialah: $Y = 8,232 + 0,317X_1 + 0,350X_2$. Maka mampu diuraikan:

1. Nilai konstanta senilai 8,232 mempunyai makna bahwasannya kualitas pelayanan (X_1) serta kepuasan nasabah (X_2) yakni 0, hingga loyalitas nasabah (Y) akan senilai 8,232.
2. Nilai koefisien regresi kualitas pelayanan (X_1) memiliki angka positif senilai 0,317 maknanya bila variabel bebas lainnya konstan serta kualitas pelayanan memperoleh peningkatan 1 persen ataupun satu poin, hingga loyalitas nasabah hendak memperoleh peningkatan senilai 0,317 atau 31,7 persen.
3. Angka koefisien regresi kepuasan nasabah (X_2) memiliki angka positif yakni 0,350 maknanya bila variabel bebas lainnya konstan serta kepuasan nasabah memperoleh peningkatan 1 persen ataupun satu poin, hingga loyalitas nasabah akan memperoleh kenaikan senilai 0,350 atau 35%.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 7. Koefisien Determinasi. (R^2)
Model Summary

<i>Model.</i>	<i>R.</i>	<i>R-Square</i>	<i>Adjusted R</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	,619	,384	,377	3,307

(Sumber: Data Penelitian, 2020)

Sesuai yang terlihat di tabel 7., bisa memperlihatkan bahwasannya angka *R-square* (R^2) senilai 0,384 atau 38,4%. Itu mengartikan loyalitas nasabah dapat diakibatkan kualitas pelayanan serta kepuasan nasabah senilai 38,4% lain hal dengan sisa senilai 61,6% diakibatkan oleh elemen lain yang tak ada di studi ini.

Uji T

Tabel 8. Uji t

Variabel	T Hitung	T Tabel	Nilai Sig.	Taraf Sig.
Kualitas Pelayanan	5,179	1,973	0,000	0,05
Kepuasan Nasabah	4,461	1,973	0,000	0,05

(Sumber: Data Penelitian, 2020)

Sesuai tabel 8. di atas, uji t bagi variabel-variabel dependen terhadap variabel independen akan diuraikan:

1. Pada H_1 menerangkan kualitas pelayanan berdampak positif pada loyalitas nasabah, mampu diamati pada tabel diatas yakni kualitas pelayanan berdampak positif serta simultan di loyalitas nasabah. Itu tampak dari angka $t_{hitung} = 5,179 > t_{tabel} = 1,973$ bersama angka signifikansi kualitas pelayanan yakni $0,000 < 0,05$. Dianggap memiliki pengaruh positif sebab angka t_{hitung} untuk kualitas pelayanan ialah positif yakni 5,179. Dianggap signifikan sebab angka signifikansi dari kualitas pelayanan yakni 0,000 apabila dibanding kurang dari angka $\alpha 0,05$. Hingga mampu dikonklusikan H_0 ditolak serta H_a diterima.
2. Pada H_2 menerangkan kepuasan nasabah berdampak positif pada loyalitas nasabah, yang dapat diamati pada tabel bila kepuasan nasabah berpengaruh positif serta serempak (simultan) pada loyalitas nasabah. Bisa dilihat dari angka $t_{hitung} = 4,461 > t_{tabel} = 1,973$ bersama angka signifikansi kepuasan nasabah yakni $0,000 < 0,05$. Dianggap memiliki pengaruh positif sebab angka t_{hitung} untuk kepuasan nasabah ialah positif yakni 4,461. Angka signifikansi dari kepuasan nasabah yakni 0,000 yang bila dilawankan < dari angka $\alpha 0,05$ hingga dikatakan signifikan. Sehingga mampu dinyatakan bila H_0 ditolak serta H_a diterima.

Uji-F

Tabel 9. Uji F
ANOVA^a

	<i>Model</i>	<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
1	<i>Regression</i>	1205,018	2	602,509	55,107	,000
	<i>Residual</i>	1935,227	177	10,933		
	<i>Total</i>	3140,244	179			

(Sumber: Data Penelitian, 2020)

Sesuai yang terlihat, mampu diamati kalau uji-F menerangkan angka F_{hitung} yakni 55,107 bersama tingkat sig 0,000. Dengan kata lain F_{hitung} senilai 55,107 lebih besar jika dibanding dengan F_{tabel} yakni 3,05 serta angka signifikansi $< 0,05$. Jadi H_0 ditolak serta H_a diterima, hingga dikonklusikan kualitas pelayanan, serta kepuasan nasabah bersamaan berdampak positif serta signifikan pada loyalitas nasabah.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Loyalitas Nasabah di BPR Artha Prima Perkasa

Di studi menghasilkan kualitas pelayanan yang berdampak pada loyalitas nasabah bersama angka t_{hitung} yakni 5,179 serta signifikansi yakni 0,000. Selaras bersama pemaparan diatas bila angka $t_{hitung} = 5,179 > t_{tabel} = 1,973$ bersama angka signifikan kualitas nasabah yakni $0,000 < 0,05$. Jadi capaian studi menerangkan H_0 ditolak serta H_a diterima hingga mampu dikonklusikan terdapat pengaruh parsial antara kualitas pelayanan dan loyalitas nasabah di BPR Artha Prima Perkasa.

Dengan demikian, dengan memberikan pelayanan yang prima, berpenampilan rapi dan sopan, memberikan informasi yang cermat dan jelas, serta memberikan respon yang baik kepada nasabah dapat meningkatkan loyalitas nasabah di BPR Artha Prima Perkasa.

Pengaruh Kepuasan Nasabah Pada Loyalitas Nasabah di BPR Artha Prima Perkasa

Pada studi ini menghasilkan kepuasan nasabah yang berdampak di loyalitas nasabah bersama angka t_{hitung} yakni 4,461 serta signifikansi yakni 0,000. Selaras bersama pemaparan diatas bila angka $t_{hitung} = 4,461 > t_{tabel} = 1,973$ bersama angka signifikan loyalitas nasabah yakni $0,000 < 0,05$. Hingga capaian studi memperlihatkan H_0 ditolak serta H_a diterima. Dengan kata lain, ada pengaruh parsial antara kepuasan nasabah serta kualitas nasabah di BPR Artha Prima Perkasa.

Dengan demikian, apabila BPR Artha Prima Perkasa dapat memberi servis pada *customer* dengan baik, menanggapi keluhan nasabah, memberikan promosi, serta memberikan lingkungan yang aman dan nyaman kepada nasabah maka loyalitas nasabah dapat dipertahankan ataupun meningkat.

Pengaruh Kualitas Pelayanan serta Kepuasan Nasabah Pada Loyalitas Nasabah Di BPR Artha Prima Perkasa

Di studi ini menunjukkan hipotesis ketiga yakni kualitas pelayanan serta kepuasan nasabah berdampak positif serempak serta signifikan pada loyalitas nasabah. Berdasarkan uraian sebelum bahwasannya $F_{hitung} = 55,107 > F_{tabel} = 3,05$ serta angka signifikansi $0,000 < 0,05$. Jadi capaian studi menerangkan H_0 ditolak serta H_a diterima, maka disimpulkan kualitas pelayanan serta kepuasan nasabah bersamaan berdampak positif serta signifikan pada loyalitas nasabah di BPR Artha Prima Perkasa.

Dengan demikian, jika perusahaan menginginkan tingkat loyalitas nasabah yang tinggi, maka perusahaan harus mengawasi kualitas pelayanan yang diberi karyawan pada nasabah apakah sudah

mencapai keinginan dan kebutuhan nasabah, serta menjaga rasa kepuasan nasabah agar tetap setia kepada BPR Artha Prima Perkasa.

Penutup

Simpulan

1. Kualitas pelayanan (X_1) parsial berpengaruh signifikan pada loyalitas nasabah BPR Artha Prima Perkasa.
2. Kepuasan nasabah (X_2) parsial berpengaruh signifikan pada loyalitas nasabah BPR Artha Prima Perkasa.
3. Kualitas pelayanan (X_1) serta kepuasan nasabah (X_2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah BPR Artha Prima Perkasa.

Daftar Pustaka

- Atmaja, J. (2018). Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB. *Jurnal Ecodemica*, 2(1), 49–63. Retrieved from <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica/article/view/2713/pdf>
- Erpurin, W. (2019). Pengaruh Sistem Informasi Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel éL Royale Bandung. *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, 7(2), 181. <https://doi.org/10.33884/jimupb.v7i2.1253>
- Marlius, D. (2018). Loyalitas Nasabah Bank Nagari Syariah Cabang Bukittinggi Dilihat dari Kualitas Pelayanan. *Jurnal Pundi*, 1(3), 237–250. <https://doi.org/10.31575/jp.v1i3.60>
- Mutmainnah, M. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 10(2), 201. <https://doi.org/10.25105/jmpj.v10i2.2344>
- Nazwirman, & Zain, E. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Di Alfamart Cayur Kresek Tangerang. *Journal of Economics and Business*, 2(2), 267–287. <https://doi.org/10.1016/j.jeconbus.2008.10.001>
- Nurudin, N. . (2018). Pengaruh Relationship Marketing, Citra Perusahaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Bank Rakyat Indonesia Syariah Kantor Cabang Semarang) Pengaruh Relationship Marketing, Citra Perusahaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi. *Jurnal Stie Semarang*, 10(1), 17–37. <https://doi.org/10.33747/stiesmg.v10i1.84>
- Ogi, I. W. J. (2018). 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. 6(2), 1038–1047.
- Rahayu, B. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Nasabah Pada PT. BPR Artha Pemenang Cabang Jombang. *Jurnal @Trisula LP2M Undar*, 1(5), 464–476.
- Razak, A., Baheri, J., & Ramadhan, M. I. (2018). Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Negara Indonesia (BNI) Cabang Kendari. *Sigma: Journal of Economic and Business*, 1(79), 10–20.
- Octavia, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pt. Bank Index Lampung. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(1), 35–39. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.13.1.35>
- Rusdiono, R. (2019). Peran Media Sosial Sebagai Upaya Pemasaran Bisnis Online Shop Pada Online

-
- Shop Antler MakeUp - @antler.makeup. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 3(2), 195–202. <https://doi.org/10.31294/widyacipta.v3i2.5356>
- Sigit, K. N., & Soliha, E. (2017). *Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah*. 21(040), 157–168.
- Subagja, I. K., & Susanto, P. H. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pt. Bank Central Asia Tbk Kantor Cabang Pondok Gede Plaza. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(1), 69–84. <https://doi.org/10.35137/jmbk.v7i1.249>
- Susanti, N., & Syahrian, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Pada PT.Bank Syariah Mandiri Cabang Pondok Pinang). *J. Ilmiah Feasible : Bisnis, Kewirausahaan & Koperasi*, 1(1), 55–62.
- Realize, S.A., & Wangdra, R. (2018). Kepuasan Konsumen Pengguna Air Bersih. *Jim Upb*, 6(2), 77–85.