

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPUASAN NASABAH, DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA PT. BANK TABUNGAN NEGARA (PERSERO) TBK KANTOR CABANG MANADO**

*EFFECT OF SERVICE QUALITY, SATISFACTION CUSTOMERS, AND CORPORATE IMAGE ON CUSTOMER LOYALTY AT PT. BANK TABUNGAN NEGARA (PERSERO) TBK MANADO BRANCH OFFICE*

Oleh :

**Viona Jesica Kristania<sup>1</sup>**  
**Imelda W.J. Ogi<sup>2</sup>**  
**Merlyn Mourah Karuntu<sup>3</sup>**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen  
Universitas Sam Ratulangi Manado

E-mail

[1vionajesica12@gmail.com](mailto:vionajesica12@gmail.com)

[2ogi\\_imelda@unsrat.ac.id](mailto:ogi_imelda@unsrat.ac.id)

[3MerlynKaruntu@unsrat.ac.id](mailto:MerlynKaruntu@unsrat.ac.id)

**Abstrak:** Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Manado. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Sumber data penelitian ini merupakan data primer yang berasal dari sampel yaitu nasabah bank BTN Manado. Pengumpulan data dilakukan dengan online based questionnaire kepada 99 responden. Penelitian ini menggunakan metode analisis Regresi Berganda. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa: (1) kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah karena  $t$  hitung lebih kecil dari  $t$  tabel sebesar 0,603 (2) variabel kepuasan nasabah berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah karena  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel yaitu sebesar 4,485 (3) variabel citra perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah karena  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel sebesar 1,926 (4) hasil uji simultan variabel kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan citra perusahaan mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan nilai  $F$  hitung 32,860.

**Kata Kunci:** kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, citra perusahaan, dan loyalitas nasabah.

**Abstract:** The purpose of this study was to analyze the effect of service quality, customer satisfaction, and corporate image on customer loyalty at Bank Tabungan Negara Manado. This type of research is quantitative. The data source of this research is primary data that comes from the sample, namely the customers of Bank BTN Manado. Data was collected using an online-based questionnaire to 99 respondents. This research uses multiple regression analysis method. Based on the results of the study, it is known that: (1) service quality has no significant effect on customer loyalty because  $t$  count is smaller than  $t$  table of 0.603 (2) customer satisfaction variable has a significant effect on customer loyalty because  $t$  count is greater than  $t$  table that is equal to 4,485 (3) the variable of corporate image has a significant effect on customer loyalty because  $t$  count is greater than  $t$  table of 1,926 (4) the results of simultaneous test variables of service quality, customer satisfaction, and company image have a significant influence on customer loyalty with the value of  $F$  count 32,860.

**Keywords:** service quality, customer satisfaction, corporate image, and customer loyalty

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Dunia perbankan mempunyai peranan penting bagi masyarakat, oleh sebab itu setiap bank berusaha untuk meningkatkan kinerja pada setiap karyawan agar mampu memberikan pelayanan yang optimal dan sesuai dengan keinginan nasabah, penelitian Siregar, Mandey, dan Soepono (2020) yang mengungkapkan bahwa bank untuk

terus mempertahankan eksistensinya, bank harus berusaha memuaskan kebutuhan dan keinginan nasabah sehingga tujuan perusahaan yaitu memperoleh laba yang maksimal dapat tercapai. Pelanggan yang loyal kemungkinan akan menunjukkan sikap dan perilaku positif, seperti pembelian ulang produk/jasa yang sama dan rekomendasi positif yang dapat mempengaruhi pelanggan yang telah ada (customer loyal) dan menarik konsumen (pelanggan potensial) menjadi pelanggan dari perusahaan bisnis itu. Untuk mempertahankan loyalitas nasabah tentunya perusahaan harus memperhatikan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas seperti kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan citra perusahaan.

Bank Tabungan Negara (BTN) adalah salah satu Badan Usaha Milik Negara yang berbentuk Perseroan Terbatas dan bergerak dalam bidang jasa pelayanan perbankan dengan fokus bisnis pembiayaan perumahan tanpa subsidi dimana kemampuan BTN untuk beradaptasi terhadap perubahan lingkungan serta kemajuan teknologi dicerminkan dari perkembangannya yang semakin menyempurnakan identitas perusahaan dari waktu ke waktu dengan tingkat persaingan antar bank yang semakin ketat serta didukung keunggulan-keunggulan yang dimiliki antar bank, mendorong Bank BTN untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan, meningkatkan citra perusahaan, sehingga diharapkan nasabah akan mendapat kepuasan dan pada akhirnya nasabah akan menjadi loyal.

Kualitas dipandang sebagai salah satu alat untuk mencapai keunggulan kompetitif, karena kualitas merupakan salah satu faktor utama yang menentukan pemilihan produk dan jasa bagi nasabah. Pada perusahaan yang bergerak di bidang jasa, khususnya jasa perbankan, keunggulan bersaing sering diupayakan dalam bentuk pelayanan yang unggul. Apabila kualitas pelayanan yang diberikan baik, maka konsumen akan memperoleh kepuasan atas produk/jasa dan cenderung melakukan pembelian ulang produk/jasa yang sama, hasil penelitian Jamaan (2019) mengatakan bahwa semakin baik dan berkualitas pelayanan yang diberikan dengan memperhatikan kenyamanan nasabah maka loyalitas akan semakin meningkat. Hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa kualitas berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah.

Seiring dengan semakin ketatnya persaingan bisnis perbankan, manajemen perbankan harus memperhatikan kepuasan dan ketidakpuasan nasabah. Pihak-pihak yang berhubungan langsung dengan kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah pemasar, konsumen, dan peneliti konsumen. Ini berarti manajemen harus menempatkan orientasi perhatiannya pada kepuasan pelanggan yang diyakini merupakan kunci utama untuk dapat memenangkan persaingan dengan memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui produk dan jasa yang berkualitas. Penelitian Pahlevi & Nurzami (2021) dan Susanto & Subagja (2019) yang menyatakan bahwa kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas, mengatakan bahwa menjaga dan memperhatikan kepuasan nasabah adalah cara untuk mempertahankan loyalitasnya, dengan memberikan perhatian serta informasi yang jelas dan ramah dapat meningkatkan loyalitas.

Citra perusahaan (corporate image) adalah sebuah cerminan dari identitas sebuah organisasi atau perusahaan. Citra atau image dapat diukur melalui pendapat, kesan tanggapan seseorang dengan tujuan untuk mengetahui secara pasti apa yang ada pada setiap individu mengenai suatu objek. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Siadari & Lutfi (2020) yang menyatakan bahwa citra perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas. Untuk menciptakan suatu image perusahaan yang positif atau yang baik dapat dilakukan dengan membantu nasabah melihat keistimewaan produk melalui cara yang terbaik, melakukan apa saja yang mungkin untuk menampilkan image positif dari perusahaan serta layanan dan mengembangkan hubungan yang mampu membuat nasabah merasa di istimewa dan dihargai secara pribadi. Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk mengambil judul penelitian Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Manado

### **Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk kantor cabang manado.
2. Untuk mengetahui apakah kepuasan nasabah mempengaruhi loyalitas nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk kantor cabang manado.
3. Untuk mengetahui apakah citra perusahaan mempengaruhi loyalitas nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk kantor cabang manado.
4. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan citra perusahaan mempunyai pengaruh secara simultan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk kantor cabang manado.

### **Kualitas Pelayanan**

Zeithaml dan Bitner (2009:103) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Menurut Kotler dan Armstrong (2014), pelayanan adalah bentuk produk yang terdiri dari aktivitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual dan pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Menurut Moenir (2010 : 26) pelayanan adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan faktor materi melalui sistem, prosedur dan metode tertentu dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan haknya. Indikator kualitas pelayanan menurut Zeithaml dan Bitner (2009) adalah sebagai berikut:

1. Bukti fisik (*Tangibles*)
2. Keandalan (*Reliability*)
3. Daya tangkap (*Responsiveness*)
4. Jaminan (*Assurance*)
5. Empati (*Empathy*)

### **Kepuasan Nasabah**

Kotler & Keller (2014) mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah hasil evaluasi konsumen setelah melakukan pembelian, dan konsumen merasa bahwa barang ataupun jasa yang dibeli mempunyai kinerja yang sama atau melebihi harapan mereka. Nasabah merasa puas terhadap barang atau pelayanan, akan menimbulkan kesetiaan nasabah. Kepuasan nasabah menurut Wibowo dan Priansa (2017:159) adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kepuasan menurut Kotler (2014:98) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Indikator kepuasan menurut Kotler dan Keller (2014) adalah :

1. Terpenuhinya harapan nasabah
2. Perasaan puas menggunakan jasa
3. Kepuasan terhadap fasilitas
4. Kepuasan Menyeluruh

### **Citra Perusahaan**

Masing-masing organisasi memahami bahwa publik menilai dan menganggap sebuah organisasi berkaitan dengan adanya rasa hormat, berbagai macam hal yang bersifat baik yang menguntungkan organisasi, namun citra bisa menjadi senjata makan tuan yang mematikan bagi perusahaan itu sendiri. Menurut Kotler & Keller (2014) mengungkapkan bahwa citra adalah kesan yang dirasakan seseorang mengenai suatu objek atau barang ataupun organisasi secara keseluruhan yang kemudian akan tersimpan dalam ingatan konsumen. Kasali (2012) mendefinisikan citra adalah kesan yang timbul karena pemahaman akan suatu kenyataan. Indikator citra perusahaan menurut Tang (2007) adalah :

1. Lambang dan logo perusahaan mudah diingat
2. Lambang dan logo perusahaan mudah dikenali
3. Lambang atau logo perusahaan mempertinggi citra diri penggunaannya

### **Loyalitas Nasabah**

Loyalitas konsumen merupakan komitmen seorang konsumen terhadap suatu pasar berdasarkan sikap positif dan tercermin dalam pembelian ulang secara konsisten (Hidayat, 2009:103). Menurut Oliver (2015:432) juga mengungkapkan bahwa customer loyalty atau loyalitas konsumen adalah komitmen yang dipegang erat oleh konsumen untuk membeli atau mengedepankan suatu produk berupa barang atau jasa secara konsisten. Indikator loyalitas menurut Tjiptono (2016) adalah:

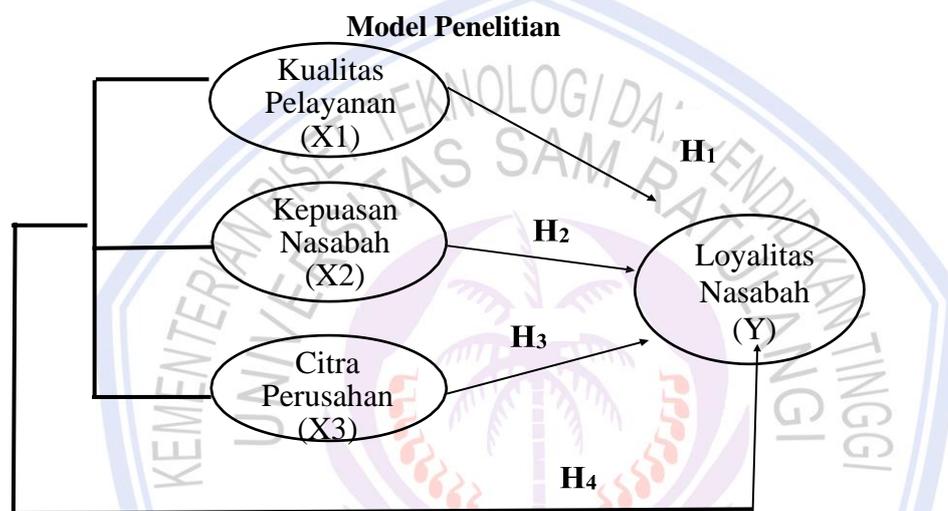
1. Pembelian ulang,
2. Kebiasaan mengkonsumsi merek tersebut,
3. Selalu menyukai merek tersebut,
4. Tetap memilih merek tersebut,
5. Yakin bahwa merek tersebut yang terbaik,
6. Merekomendasikan merek tersebut pada orang lain

### Penelitian Terdahulu

(Pahlevi, Suwarni & Nurzam 2021) melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Mega Syariah Bengkulu. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada Bank Mega Syariah Bengkulu. Hasil penelitian ini menunjukkan kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah.

(Siadari & Lutfi 2020) melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Layanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Penggunaan BNI Mobile Banking Studi Kasus Bni Kantor Cabang Harmoni. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel independen secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas.

(Susanto & Subagja 2019) melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Central Asia Tbk Kantor Cabang Pondok Gede Plaza. Hasil analisis pada penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan nasabah dan citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan memiliki hubungan yang signifikan.



**Gambar 1. Kerangka Berpikir**

*Sumber : Kajian Empirik*

### Hipotesis

H<sub>1</sub> : Diduga kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah

H<sub>2</sub> : Diduga kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah

H<sub>3</sub> : Diduga citra Perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah

H<sub>4</sub> : Diduga kualitas pelayanan, kepuasan nasabah dan citra perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

## METODE PENELITIAN

### Pendekatan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan mengadakan kontak atau hubungan antara peneliti dengan responden, serta dilaksanakan dengan survey di lapangan untuk mendapatkan data primer yang diperoleh dari sumber aslinya. Berdasarkan karakteristik masalah yang diteliti, penelitian ini diklasifikasikan ke dalam penelitian Asosiatif dengan menggunakan hubungan Kausal. Menurut Istijanto (2009 : 31) penelitian asosiatif merupakan riset yang bertujuan untuk membuktikan hubungan sebab akibat atau hubungan mempengaruhi dan dipengaruhi dari variabel yang diteliti. Sedangkan hubungan Kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat.

### Populasi, Besaran Sampel, dan Teknik Sampling

Sugiyono (2012-215) populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian

ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank BTN Manado di atas 1 tahun dan tidak membatasi jenis tabungan dengan jumlah 30.000 nasabah.

Sampel adalah sebagian dari populasi itu. Populasi itu misalnya penduduk di wilayah tertentu, jumlah pegawai pada organisasi tertentu, jumlah guru dan murid di sekolah tertentu dan sebagainya (Prof. Dr. Sugiyono 2012:215). Jumlah sampel pada penelitian adalah 99 orang. Penelitian ini menggunakan Teknik Probability sampling yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan Angket (questioner) yaitu pengumpulan data dengan cara membuat daftar pertanyaan yang diajukan kepada responden yang telah ditetapkan sebagai sampel.

### **Teknik Analisis Data**

Teknik Analisis Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji asumsiklasik (uji Normalitas, uji Multikolinearitas, uji Heteroskedastisitas), analisis linear berganda, uji hipotesis F dan t, koefisien korelasi dan koefisien determinasi

#### **Uji Asumsi Klasik**

##### **Uji Normalitas**

Uji Normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah sebuah model regresi, variabel independen, variabel dependen, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2012). Cara termudah untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal.

##### **Uji Multikolinearitas**

Uji multikolinearitas bertujuan untuk melihat adan atau tidaknya korelasi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Untuk mendeteksi multikolinearitas dapat dilihat pada nilai VIF, jika nilai VIF < 10 maka tidak ada gejala multikolinearitas. Multikolinearitas tidak mengurangi nilai.

##### **Uji Heteroskedastisitas**

Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians residual. Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat grafik, yaitu dengan melihat pola titik-titik pada scatter plots regresi.

##### **Uji Hipotesis**

##### **Uji Kelayakan Model (Uji F)**

Uji statistik F menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat (Ghozali, 2012:98). Uji simultan F adalah uji yang mengukur besarnya perbedaan variance antar kedua atau beberapa kelompok. Uji ini dapat diketahui dengan menggunakan hasil olahan SPSS pada tabel ANOVA dengan melihat perbandingan antara F hitung dan F tabel dan juga nilai signifikan (sig).

##### **Uji Parameter Individual (Uji t)**

Uji parsial t yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya. Uji ini dapat diketahui dengan menggunakan hasil olahan SPSS, pada tabel Coefficients dengan membandingkan nilai t tabel dan t hitung.

### **Analisis Regresi Linear Berganda**

Regresi linear berganda adalah model regresi linear dengan melibatkan lebih dari satu variabel bebas atau predictor. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menaksir bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel dependen sebagai factor predictor dinaik turunnya nilainya. (Sugiyono 2012:277). Untuk menghitung regresi linear berganda dapat digunakan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

**Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Menurut Ghozali (2012:97) pada intinya koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai R<sup>2</sup> adalah antara 0 dan 1. Nilai R<sup>2</sup> yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel dependen amat terbatas.

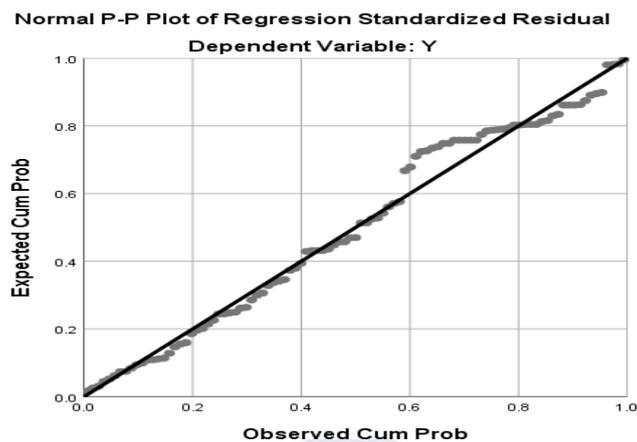
**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN****Hasil Penelitian****Uji Validitas dan Reliabilitas****Tabel 1. Uji Validitas dan Reliabilitas**

Variabel	Pernyataan	Sig	Status	Cronbach Alpha	Status
Kualitas Pelayanan	X1.1	0,00	Valid	0,963	Reliabel
	X1.2	0,00	Valid		
	X1.3	0,00	Valid		
	X1.4	0,00	Valid		
	X1.5	0,00	Valid		
	X1.6	0,00	Valid		
	X1.7	0,00	Valid		
	X1.8	0,00	Valid		
	X1.9	0,00	Valid		
	X1.10	0,00	Valid		
	X1.11	0,00	Valid		
	X1.12	0,00	Valid		
	X1.13	0,00	Valid		
	X1.14	0,00	Valid		
	X1.15	0,00	Valid		
Kepuasan Nasabah	X2.1	0,00	Valid	0,893	Reliabel
	X2.2	0,00	Valid		
	X2.3	0,00	Valid		
	X2.4	0,00	Valid		
Citra Perusahaan	X3.1	0,00	Valid	0,820	Reliabel
	X3.2	0,00	Valid		
	X3.3	0,00	Valid		
Loyalitas Nasabah	Y1	0,00	Valid	0,932	Reliabel
	Y2	0,00	Valid		
	Y3	0,00	Valid		
	Y4	0,00	Valid		
	Y5	0,00	Valid		
	Y6	0,00	Valid		

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 2022

Tabel 1 menunjukkan uji validitas dan reliabilitas. Dapat dilihat bahwa nilai signifikan untuk setiap pernyataan adalah < alpha yaitu 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa setiap pernyataan dikatakan valid. Nilai alpha Cronbach untuk setiap variabel > 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa setiap pernyataan dikatakan reliabel.

**Uji Asumsi Klasik**  
**Uji Normalitas**



Sumber : Hasil Olah Data SPSS 24

**Gambar 2. Normal P-P Plot**

Berdasarkan Gambar 2, menunjukkan adanya titik-titik (data) yang tersebar disekitar garis diagonal dan penyebaran titik-titiknya mengikuti arah garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa model-model regresi dalam penelitian ini dapat memenuhi asumsi normalitas berdasarkan analisis grafik Normal Probability Plot.

**Uji Multikolinieritas**

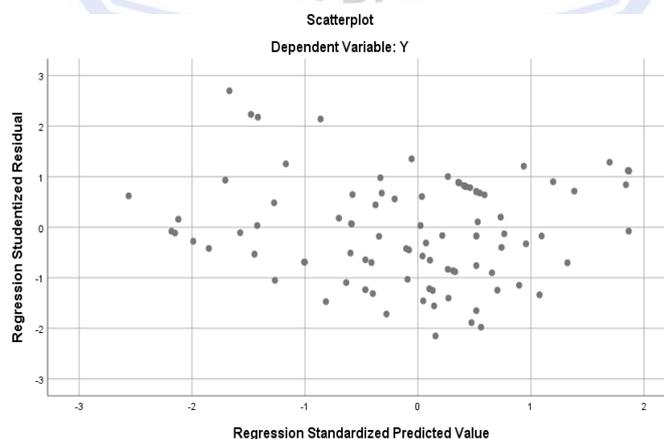
**Tabel 2. Hasil Uji Multikolinieritas**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1		
	(Constant)	
	X1	.543 1.842
	X2	.375 2.669
	X3	.519 1.927

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 24

Berdasarkan Tabel 3, nilai *tolerance value* > 0,10 dan *VIF* < 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa pada ketiga variabel independen tersebut tidak terdapat hubungan multikolinieritas dan dapat digunakan untuk memprediksi kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah.

**Uji Heteroskedastisitas**



**Gambar 3. Grafik Scatterplot**  
Sumber: Hasil Olah Data SPSS 24

Berdasarkan Gambar 3 menunjukkan bahwa data tersebar diatas dan dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y dan tidak terdapat suatu pola yang jelas pada penyebaran data tersebut. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model persamaan regresi, sehingga model regresi layak digunakan untuk memprediksi loyalitas nasabah berdasarkan variabel yang mempengaruhinya, yaitu kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan citra perusahaan.

### Analisis Regresi Linear Berganda

**Tabel 4. Analisis Regresi Linear Berganda**

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2.935	1.832		1.602	.112
	X1	.021	.035	.059	.603	.548
	X2	.791	.176	.526	4.485	.000
	X3	.395	.205	.192	1.926	.057

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 24

$$\text{Persamaan } Y = 2,935 + 0,021X1 + 0,791X2 + 0,395X3$$

Nilai konstanta (a) memiliki nilai positif sebesar 2.935. Tanda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen dan variabel dependen.

1. Variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif terhadap loyalitas nasabah dengan koefisien regresi sebesar 0,021. Artinya jika nilai variabel kualitas pelayanan terjadi peningkatan maka loyalitas nasabah akan meningkat sebesar 0,021.
2. Variabel kepuasan nasabah mempunyai pengaruh yang positif terhadap loyalitas nasabah dengan koefisien regresi sebesar 0,791. Artinya jika nilai variabel kepuasan nasabah terjadi peningkatan maka loyalitas nasabah akan meningkat sebesar 1,791.
3. Variabel citra perusahaan mempunyai pengaruh yang positif terhadap loyalitas nasabah dengan koefisien regresi sebesar 0,395. Artinya jika nilai variabel citra perusahaan terjadi peningkatan maka loyalitas nasabah akan meningkat sebesar 0,395.

### Pengujian Hipotesis

#### Uji Parsial (Uji t)

**Tabel 5. Uji Parsial**

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2.935	1.832		1.602	.112
	X1	.021	.035	.059	.603	.548
	X2	.791	.176	.526	4.485	.000
	X3	.395	.205	.192	1.926	.057

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 24

1. Dari tabel koefisien diperoleh dengan nilai thitung pada variabel kualitas pelayanan (X1) sebesar 0,603 dan ttabel 1,661. dengan membandingkan antara thitung dan ttabel maka ditemukan bahwa thitung < ttabel = 0,603 < 1,661. dengan tingkat signifikan 0,112 > 0,05, sehingga H0 diterima artinya kualitas pelayanan (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah (Y), dengan demikian Ha ditolak.
2. Dari tabel koefisien diperoleh dengan nilai thitung pada variabel kepuasan nasabah sebesar 4,485 dan ttabel 1,661. dengan membandingkan antara thitung dan ttabel maka ditemukan bahwa thitung > ttabel = 4,485 > 1,661. Dengan tingkat signifikan 0,00 < 0,05, sehingga H0 ditolak yang artinya kepuasan nasabah (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Nasabah (Y), dengan demikian Ha diterima.

3. Dari tabel koefisien diperoleh dengan nilai thitung pada variabel citra perusahaan sebesar 1,926 dan ttabel 1,661. dengan membandingkan antara thitung dan ttabel maka ditemukan bahwa thitung > ttabel = 1,926 > 1,661. Dengan tingkat signifikan  $0,00 < 0,05$  sehingga  $H_0$  ditolak yang artinya citra perusahaan ( $X_3$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Nasabah ( $Y$ ), dengan demikian  $H_a$  diterima.

### Uji Simultan (Uji F)

**Tabel 6. Uji Simultan**

		ANOVA <sup>a</sup>				
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1171.671	3	390.557	32.960	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1125.683	95	11.849		
	Total	2297.354	98			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 24

Berdasarkan Tabel 6 untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara bersama-sama atau simultan, dilakukan dengan uji F. Tabel diatas menunjukkan nilai F hitung sebesar 32.960 dengan tingkat signifikansi 0.000, Karena tingkat signifikan lebih kecil dari 0.05 ( $0,000 < 0,05$ ) dan F hitung lebih besar dari F tabel ( $32,960 > 2,70$ ) maka dapat dinyatakan bahwa kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan citra perusahaan secara bersama-sama simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

### Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Tabel 7. Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.714 <sup>a</sup>	.510	.495	3.44228

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 24

Tabel 4.19 menunjukkan nilai Adjusted R Square sebesar 0,510 atau 51,0%, ini menunjukkan bahwa variabel loyalitas nasabah yang dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan, kepuasan nasabah dan citra perusahaan adalah sebesar 51,0%. Sedangkan sisanya sebesar 0,49 atau 49% merupakan pengaruh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### Pembahasan

#### Pengaruh Kualitas Peayanan Terhadap Loyalitas Nasabah

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya hubungan positif antara kualitas pelayanan dan loyalitas nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Manado. Hal tersebut berarti semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Manado maka loyalitas akan semakin naik. Berdasarkan hasil observasi bank BTN mempunyai kualitas pelayanan yang masih kurang baik karena banyaknya complain nasabah baik mouth to mouth maupun complain di situs website mengenai pelayanan yang kurang ramah dan lambat, dengan banyaknya complain yang tersebar bank BTN diharapkan untuk cepat menanggapi dan memperbaiki pelayanannya misalnya dengan melakukan survey kepada nasabah agar mengetahui secara detail mengenai hal-hal apa saja yang perlu diperhatikan agar dapat menciptakan kualitas pelayanan yang baik kepada nasabah. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Roy Jamaan (2019) mengenai "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Kepercayaan Nasabah Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Bank Syariah Mandiri)". Responden pada penelitian ini berjumlah 100 responden nasabah Bank Syariah Mandiri. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

### **Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya hubungan positif antara kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Manado. Hal ini berarti semakin besar kepuasan yang dirasakan nasabah maka loyalitas nasabah akan meningkat. Sebaliknya, jika nasabah merasa tidak puas maka loyalitas akan menurun. Hasil ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler & Keller (2014) mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah hasil evaluasi konsumen setelah melakukan pembelian, dan konsumen merasa bahwa barang ataupun jasa yang dibeli mempunyai kinerja yang sama atau melebihi harapan mereka, pelanggan yang merasa puas terhadap barang atau pelayanan, akan menimbulkan kesetiaan. Untuk mempertahankan loyalitas nasabah salah satu hal yang harus diperhatikan oleh bank BTN adalah kepuasan nasabahnya, ada banyak komentar nasabah yang tidak puas dengan bank BTN, tidak puas dengan pelayanannya, prosedur-prosedur menabung/kredit yang rumit bahkan pelayanan elektronik yang sering mengalami gangguan. Dengan adanya penelitian ini diharapkan bank BTN dapat mengevaluasi setiap kekurangan yang ada agar dapat menjamin kepuasan nasabah, karena untuk mencari dan mempertahankan loyalitas nasabah tidaklah mudah. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Afif Fakhri Pahlevi,dkk (2021) yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Mega Syariah Bengkulu" hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan nasabah berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah. penelitian ini sejalan juga dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Puteri Herlanies, dkk (2019) mengenai "Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Central Asia Tbk Kantor Cabang Pondok Gede Plaza" yang menunjukkan bahwa kepuasan nasabah berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah.

### **Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya hubungan positif antara citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Manado. Hal ini berarti semakin baik citra perusahaan maka loyalitas akan meningkat. Untuk citra perusahaan dari Bank BTN masih terbilang kurang terkenal karena pergerakan BTN yang cukup lambat dalam beradaptasi dengan kemajuan teknologi dan ATM yang masih sulit ditemukan membuat masyarakat lebih memilih bank lainnya yang mempermudah proses transaksi. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Puteri Herlanies,dkk (2019) mengenai "Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Central Asia Tbk Kantor Cabang Pondok Gede Plaza" yang menunjukkan bahwa citra perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah. hasil penelitian ini juga sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Kaledin Siadari & Anas Lutfi (2020) mengenai "Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Layanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Penggunaan BNI Mobile Banking Studi Kasus BNI Kantor Cabang Harmoni" yang menunjukkan bahwa citra perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah, dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah**

Hasil perhitungan statistic ini berarti kemampuan variabel independen dalam menerangkan variasi perubahan variabel dependen adalah sebesar 51,0% sedangkan sisanya 49% atau (100%-51,0%) dipengaruhi variabel lain diluar model regresi yang di analisis. Selain itu hubungan antara kualitas pelayanan, kepuasan nasabah,dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Manado yang dihitung dengan koefisien korelasi atau R adalah sebesar 0,714 atau 71,4% hal ini menunjukkan pengaruh yang sangat kuat.

Dari pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan, kepuasan nasabah,dan citra perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Manado. Artinya semakin baik kualitas pelayanan dan kepuasan yang diberikan kepada nasabah disertai dengan baiknya citra perusahaan maka akan semakin meningkatkan loyalitas nasabah pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Manado. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Puteri Herlanies,dkk (2019) mengenai "Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Central Asia Tbk Kantor Cabang Pondok Gede Plaza" yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kepuasan nasabah dan citra perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah.

**PENUTUP****Kesimpulan**

Berdasarkan pada hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Manado. Responden dalam penelitian ini berjumlah 99 responden yang telah menjadi nasabah Bank BTN Manado. Maka peneliti dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial variabel kualitas pelayanan tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Manado.
2. Secara parsial variabel kepuasan nasabah mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Manado.
3. Secara parsial variabel citra perusahaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Manado.
4. Berdasarkan hasil uji F diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan citra perusahaan mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen loyalitas nasabah.

**Saran**

Berikut adalah berbagai saran yang diajukan oleh peneliti berdasarkan hasil penelitian:

1. Dari hasil analisis pernyataan responden mengenai kualitas pelayanan, kepuasan nasabah dan citra perusahaan secara keseluruhan dapat dikatakan baik. Namun ada beberapa hal yang harus diperhatikan agar dapat meningkatkan kualitas pelayanannya, yaitu seperti sikap ramah karyawan kepada nasabah. berdasarkan hasil pengamatan ada banyak nasabah yang complain mengenai karyawan Bank BTN yang tidak ramah saat memberikan pelayanan serta lambat sehingga menimbulkan kesan yang tidak baik dibenak konsumen. Serta menambah jumlah karyawan frontline agar mencegah panjangnya antrian..
2. Dalam hal kepuasan nasabah hendaknya Bank BTN Manado dapat meningkatkan jasa pelayanan dengan memberikan perhatian dan sikap yang ramah dan memberikan informasi yang jelas kepada nasabah agar dapat meningkatkan kepuasan nasabah terhadap Bank BTN Kantor Cabang Manado.
3. Dalam hal citra perusahaan dapat dikatakan baik. namun ada baiknya Bank BTN lebih banyak berpartisipasi atau menjadi menjadi sponsor event atau acara tertentu agar dapat meningkatkan citra perusahaannya serta lebih meningkatkan jasa pelayanan elektronik agar dapat meningkatkan rasa percaya diri nasabah serta meningkatkan citra perusahaan.
4. Karena pada penelitian ini terdapat 49% faktor-faktor lain diluar variabel yang diteliti, hendaknya bagi peneliti selanjutnya untuk memperhatikan faktor-faktor lain tersebut untuk dijadikan dasar penelitian berikutnya dengan menambahkan teori yang relevan pada keadaan mendatang.

**DAFTAR PUSTAKA**

- A.S. Moenir, (2010). Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Ghozali, Imam. 2012. "Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20". Semarang: UNDIP.
- Hidayat, Rachmad. 2009. Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank. *Jurnal ekonomi bisnis dan akuntansi ventura*. Vol 12, No 2 hal 99-116. <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/33338> . Diakses Tanggal 28 Maret 2022
- Istijanto, M.M., M.Com, 2009. Aplikasi Praktis Riset Pemasaran, Cara praktis meneliti pelanggan dan pesaing, Jakarta, Gramedia.
- Kasali, Rhenald. 2011. Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting, dan Positioning. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Kotler dan Keller. 2014. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi Ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Oliver. (2015). Satisfaction: a Behavioural Perspektif on The Consumer. McGraw-Hill, New York

- Pahlevi, A. F., Suwarni, S., & Nurzami, N. (2021). *The Influence Of Service Quality And Customer Satisfaction Towards Customer Loyalty At Bank Mega Syariah Bengkulu*. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Keuangan*, 2(4), 315–322. <https://doi.org/10.53697/emak.v2i4.173> . Diakses Tanggal 28 Maret 2022
- Wibowo Lili Adi dan Priansa Donni Juni. (2017). *Manajemen Komunikasi Dan Pemasaran*. Bandung : Alfabeta.
- Siadari, K., & Lutfi, A. (2021). Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Penggunaan BNI Mobile Banking (Studi Kasus BNI I Cabang Harmoni). *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 5 (2), 155 160. <http://journal.untar.ac.id/index.php/jmbk/article/view/11223> . Diakses Tanggal 28 Maret 2022
- Sigar, K. E., Mandey, S. L., & Soepeno, D. (2020). Analisis Pengaruh Relationship Marketing Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Di PT. Pegadaian Upc. Unsrat Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 8(4). <https://doi.org/10.35794/emba.v8i4.31226> . Diakses Tanggal 28 Maret 2022
- Susanto, P. H., & Subagja, I. K. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. BANK CENTRAL ASIA Tbk Kantor Cabang Pondok Gede Plaza. *Jurnal Manajemen Bisnis Krishnadwipayana*, 7(1), 69-84. <http://dx.doi.org/10.35137/jmbk.v7i1.249> . Diakses Tanggal 28 Maret 2022
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA
- Tang W. (2007). *“Impact of corporate image and corporate reputation on customer loyalty: A review”*
- Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran*. Edisi 4. Andi, Yogyakarta.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2009). *Services Marketing: Integrating Customer Focus across the Firm* (5th ed.). Singapore: McGraw-Hill and Irwin.