

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN NASABAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA PT. BANK SULUTGO CABANG TAHUNA*THE EFFECT OF SERVICE QUALITY, TRUST AND CUSTOMER SATISFACTION ON CUSTOMER LOYALTY AT PT. BANK SULUTGO TAHUNA BRANCH*

Oleh:

Michellen A. J. V. Mantiri¹**S. L. H. V. Joyce Lopian²****Mirah H. Rogi³**¹²³Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Sam Ratulangi Manado

E-mail:

¹michellenvio@gmail.com²lopianjoyce@unsrat.ac.id³helenmirah@gmail.com

Abstrak: Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kepuasan nasabah berperan dalam membentuk loyalitas nasabah di PT. Bank SulutGo Cabang Tahuna. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode asosiatif/kausal. Populasi penelitian ini adalah seluruh nasabah PT. Bank SulutGo Cabang Tahuna dengan jumlah sampel yang ditentukan menggunakan rumus slovin sebanyak 100 responden. Pengumpulan data dilakukan dan dilakukan melalui kuesioner dan menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan program SPSS 27, yang dilengkapi dengan uji validitas, reliabilitas, uji t, uji F, serta koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan ($T_{hitung} 1.697 < T_{tabel} 1.985$, $sig\ 0.093 > 0.05$) dan kepercayaan ($T_{hitung} 1.491 < T_{tabel} 1.985$, $sig\ 0.139 > 0.05$) tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, sedangkan kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Namun, secara simultan kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Kepuasan Nasabah, Loyalitas Nasabah

Abstract: This study was conducted to determine the extent to which service quality, trust, and customer satisfaction play a role in shaping customer loyalty at PT. Bank SulutGo Tahuna Branch. The research approach used is quantitative with associative/causal methods. The population of this study was all customers of PT. Bank SulutGo Tahuna Branch with a sample size of 100 respondents determined using the Slovin formula. Data collection was collected and carried out through questionnaires and using multiple linear regression with the help of the SPSS 27 program, which was equipped with validity, reliability, t-test, F-test, and coefficient of determination (R^2). The results of the study showed that partially service quality ($T_{hitung} 1.697 < T_{tabel} 1.985$, $sig\ 0.093 > 0.05$) and trust ($T_{hitung} 1.491 < T_{tabel} 1.985$, $sig\ 0.139 > 0.05$) did not have a significant effect on customer loyalty, while customer satisfaction had a significant effect on customer loyalty. However, simultaneously, service quality, trust, and customer satisfaction have a significant influence on customer loyalty.

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

PENDAHULUAN**Latar Belakang Penelitian**

Persaingan yang semakin ketat dalam industri perbankan menuntut masyarakat untuk lebih selektif dalam memilih bank sebagai tempat menyimpan dana. Dalam situasi tersebut, loyalitas nasabah menjadi faktor penting bagi keberlangsungan bisnis perbankan. Bank tidak hanya berperan sebagai lembaga penyedia layanan keuangan, tetapi juga dituntut untuk memberikan pelayanan yang berkualitas dan mampu membangun kepercayaan serta kepuasan nasabah. Loyalitas yang tinggi akan mendorong nasabah untuk terus menggunakan produk dan jasa bank, sementara penurunan loyalitas dapat berdampak pada menurunnya pendapatan dan citra perusahaan.

PT. Bank SulutGo, sebagai salah satu lembaga keuangan daerah yang telah beroperasi sejak 17 Maret 1961, memiliki peran strategis dalam mendukung pertumbuhan ekonomi masyarakat lokal, termasuk di wilayah Tahuna. Dalam menghadapi tantangan persaingan yang ketat, PT Bank SulutGo Cabang Tahuna memiliki keunggulan

kompetitif dibandingkan bank lain di sekitar, antara lain biaya administrasi bulanan yang paling terjangkau, produk tabungan yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat lokal, serta bunga deposito yang kompetitif. Sejalan dengan visinya, untuk menjadi “Bank inovatif, berdaya saing tinggi dan berorientasi pada kepuasan nasabah”, bank ini terus berupaya membangun loyalitas yang kuat melalui peningkatan mutu layanan, pembangunan kepercayaan, dan peningkatan kepuasan nasabah. Namun, untuk dapat mencapai tujuan tersebut secara berkelanjutan, bank ini perlu memastikan kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kepuasan nasabah selalu optimal. Berdasarkan observasi awal, PT. Bank SulutGo Cabang Tahuna saat ini menghadapi sejumlah indikasi masalah yang berpotensi mengikis loyalitas nasabahnya.

Salah satu indikasi masalah utama terletak pada kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan di sektor perbankan mencakup berbagai aspek interaksi antara bank dan nasabah, seperti kecepatan, ketepatan, dan keramahan dalam memberikan layanan kepada nasabah.). Berdasarkan observasi awal di PT. Bank SulutGo Cabang Tahuna, lokasi penelitian ini, masih menunjukkan celah yang signifikan. Hal ini terlihat dari keterlambatan yang dialami nasabah saat mengantre di teller atau customer service, terutama pada jam-jam sibuk, yang terkadang disebabkan oleh jumlah petugas yang terbatas. Hal ini akan berdampak langsung pada kenyamanan nasabah.

Selain itu, terkait dengan kepercayaan merupakan komponen penting dari kolaborasi dalam transaksi yang memungkinkan pembeli memiliki ekspektasi tinggi terhadap penjual, ataupun sebaliknya. Observasi awal mengungkap gap antara standar layanan bank dan kondisi lapangan, diakibatkan instabilitas jaringan yang menyebabkan disfungsi sistem serta gangguan ATM yang berulang. Konsekuensinya, nasabah kesulitan atau gagal dalam bertransaksi tunai maupun non-tunai, yang secara langsung mengikis rasa aman dan kepercayaan mereka terhadap keandalan sistem bank. Tingkat kepercayaan nasabah terhadap bank sangat berpengaruh pada keputusan mereka untuk terus menggunakan layanan, jika nasabah merasa bank tidak dapat diandalkan dalam mengelola dana dan transaksi maka loyalitas mereka akan terancam.

Sementara itu, kepuasan nasabah mencerminkan hasil yang diperoleh dari pengalaman yang dirasakan oleh nasabah selama berinteraksi dengan bank, yang bersifat subjektif dan dipengaruhi oleh harapan individu serta perbandingan dengan layanan bank lain. Di PT. Bank SulutGo Cabang Tahuna, observasi awal juga mengidentifikasi kendala pada aplikasi mobile banking (BSGTouch), seperti gangguan sistem atau maintenance, yang menghambat akses dan transaksi nasabah. Selain itu, proses klaim pengembalian terkait insiden penarikan uang di ATM (saldo terdebit namun uang tidak keluar) memerlukan waktu tiga hingga tujuh hari kerja setelah pengajuan klaim, yang memakan waktu terlalu lama dan menimbulkan kecemasan. Kepuasan nasabah berperan penting dalam menentukan loyalitas nasabah.

Masalah – masalah yang terdapat dalam kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kepuasan nasabah tersebut menciptakan ketidaksesuaian antara layanan yang diharapkan oleh nasabah dengan yang mereka terima. Oleh karena itu, penting untuk meneliti sejauh mana kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan nasabah memengaruhi loyalitas nasabah pada PT. Bank SulutGo Cabang Tahuna.

Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah penelitian, adapun tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank SulutGo Cabang Tahuna.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank SulutGo Cabang Tahuna.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank SulutGo Cabang Tahuna.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank SulutGo Cabang Tahuna.

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen Pemasaran

Fasindah (2024) menjelaskan manajemen pemasaran merupakan serangkaian aktivitas yang mencakup perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan, dengan tujuan menciptakan, menyampaikan, serta mengomunikasikan nilai kepada pelanggan untuk memenuhi kebutuhan mereka dan mencapai target perusahaan secara efektif dan efisien.

Loyalitas Nasabah

Sudarsono (2020) mengatakan loyalitas nasabah mencakup pembelian ulang, penolakan pesaing, tidak terpengaruh terhadap daya tarik barang lain, dan frekuensi rekomendasi kepada orang lain.

Kualitas Pelayanan

Chandra et al. (2020:82) mengatakan kualitas pelayanan merupakan ukuran tingkat kepuasan pelanggan yang didasarkan pada perbandingan antara layanan yang diterima dengan harapan layanan yang dimiliki, yang kemudian diklasifikasikan menjadi tiga tingkatan: tidak memuaskan, memuaskan, dan sangat memuaskan.

Kepercayaan Nasabah

Tjiptono & Diana (2020:88) menyatakan kepercayaan dapat diungkapkan sebagai kemauan untuk bergantung pada kompetensi, integritas, dan motivasi orang lain dalam bertindak demi kepuasan pelanggan dan kepentingan pribadi, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah merupakan kondisi emosional yang timbul, baik berupa perasaan senang maupun kekecewaan, ketika seseorang membandingkan hasil yang diperoleh dari suatu produk dengan ekspektasi yang dimilikinya. Sama halnya dengan Hasan (2020:84) mengatakan bahwa kepuasan nasabah adalah respon yang timbul dari perbandingan antara apa yang diekspektasikan dengan realitanya.

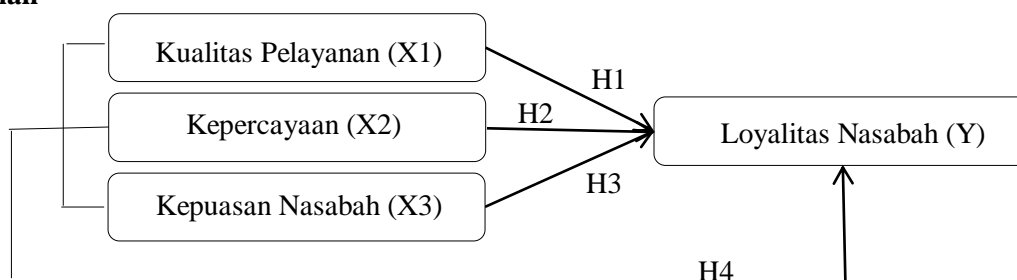
Penelitian Terdahulu

Penelitian Kristania, Ogi & Karuntu (2022) bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Manado. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan online based questionnaire kepada 99 responden. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa: (1) kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah, (2) variabel kepuasan nasabah berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah, (3) variabel citra perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah dan (4) hasil uji simultan variabel kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan citra perusahaan mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Penelitian Simangunsong, Nasution, & Nasution (2023) bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah (studi kasus Bank Sumut Syariah KCP Lubuk Pakam) baik secara parsial maupun simultan. Subjek yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah yang menabung di Bank Syariah Sumatera Utara sebanyak 100 responden dan diambil dengan menggunakan teknik sampling. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah, Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah, kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Penelitian Lutfiani & Musfiroh (2022) bertujuan mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah dan untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap loyalitas nasabah. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebar kuesioner kepada nasabah Bank BSI KCP Weleri. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh negatif signifikan terhadap loyalitas nasabah, pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah, serta kepercayaan dan pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pada bank BSI KCP Weleri.

Model Penelitian



Gambar 1. Model Penelitian

Sumber: Peneliti, diolah (2025)

Hipotesis Penelitian

- H₁: Diduga Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank SulutGo Cabang Tahuna.
- H₂: Diduga Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank SulutGo Cabang Tahuna.
- H₃: Diduga Kepuasan Nasabah berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank SulutGo Cabang Tahuna.
- H₄: Diduga Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah berpengaruh signifikan pada PT. Bank SulutGo Cabang Tahuna.

METODE PENELITIAN**Pendekatan Penelitian**

Pendekatan studi kuantitatif yang dimaksudkan dalam mengumpulkan data dalam bentuk angka dan penelitian literatur yang selanjutnya akan dikonversi menjadi data numerik guna dianalisis. Penelitian ini mengadopsi pendekatan asosiatif/kausal untuk mengidentifikasi hubungan antar variabel yang satu dengan variabel lainnya.

Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

Populasi dalam studi ini adalah semua nasabah PT. Bank SulutGo Cabang Tahuna yang berjumlah 22.382 nasabah. Sampel diambil dengan tingkat kesalahan 10% menggunakan rumus Slovin sehingga sampel yang didapat 100 responden. Teknik Sampling yang digunakan adalah non probability sampling dengan pendekatan accidental sampling.

Jenis dan Sumber Data

Data kuantitatif yang di kumpulkan pada format numerik dan dianalisis secara statistik. Sumber yang ditetapkan pada studi ini tersusun atas data primer yang didapat langsung dari nasabah PT. Bank SulutGo Cabang Tahuna melalui penyebaran kuesioner dan karyawan PT. Bank SulutGo Cabang Tahuna terkait jumlah nasabah, dan data sekunder diperoleh melalui studi pustaka seperti buku, jurnal ilmiah, skripsi, yang berkaitan dengan variabel penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner dan studi pustaka.

Definisi Operasional Variabel**Tabel 1. Definisi Operasional Variabel**

Variabel	Definisi	Indikator
Kualitas Pelayanan	Kualitas pelayanan adalah tingkat kepuasan nasabah PT. Bank SulutGo Cabang Tahuna diukur melalui perbandingan antara layanan perbankan yang diberikan dan layanan yang di harapkan nasabah.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Berwujud (<i>tangibles</i>) 2. Tingkat keandalan layanan (<i>reliability</i>) 3. Kemampuan untuk merespons kebutuhan pelanggan (<i>responsiveness</i>) 4. Jaminan dan Kepastian yang diberikan kepada pelanggan (<i>assurance</i>) 5. Perhatian terhadap pelanggan (<i>emphaty</i>)
Kepercayaan	Kepercayaan adalah kemauan nasabah untuk menaruh keyakinan dan mengandalkan segala urusan perbankannya kepada PT. Bank SulutGo Cabang Tahuna.	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Benevolence</i>. 2. <i>Integrity</i>. 3. <i>Transparency/Complete</i> 4. <i>Dependability/Keeping promises</i>.
Kepuasan Nasabah	Kepuasan Nasabah PT. Bank SulutGo Cabang Tahuna terjadi saat layanan dan produk perbankan bisa memenuhi keinginan, kebutuhan, serta harapan nasabah.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perasaan puas (dalam arti puas akan produk dan pelayanannya) 2. Konsisten dalam membeli produk. 3. Bersedia merekomendasikan kepada orang lain. 4. Harapan pelanggan terpenuhi setelah melakukan pembelian produk

Loyalitas Nasabah	Konsumen loyal PT. Bank SulutGo Cabang Tahuna adalah mereka yang tetap menggunakan produk dan jasa dari PT. Bank SulutGo Cabang Tahuna meski ada pilihan lain.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesetiaan terhadap pembelian produk (<i>repeat purchase</i>) 2. Ketahanan terhadap pengaruh yang negatif mengenai perusahaan (<i>Retention</i>) 3. Mereferensikan secara total esistensi perusahaan (<i>referalls</i>)
-------------------	--	---

Pengujian Instrumen Penelitian

Uji Validitas dan Reliabilitas

Validitas merupakan suatu uji yang dilaksanakan untuk memastikan bahwa soal-soal instrumen yang digunakan dalam penelitian telah tepat dalam mengukur apa yang hendak diukur. Apabila $R_{hitung} > R_{tabel}$ dipastikan indikatornya valid, sedangkan jika $R_{hitung} < R_{tabel}$ bisa dianggap tidak valid.

Instrumen reliabilitas merupakan alat yang dapat diandalkan dalam mengumpulkan data karena instrumen tersebut sudah baik. Pengambilan keputusan untuk uji ini yaitu, apabila memiliki skor reliabilitasnya (α *cronbach*) $\geq 0,5$ variabel bisa dianggap reliabel dan apabila skor reliabilitasnya (α *cronbach*) $\leq 0,5$ bisa dianggap tidak reliabel.

Teknik Analisis Data

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk mengevaluasi apakah nilai residual mengikuti distribusi normal, yang merupakan salah satu karakteristik dari model regresi yang baik. Apabila residual terdistribusi normal, hal tersebut mengindikasikan bahwa model regresi telah memenuhi asumsi normalitas (Iba & Wardhana, 2024)

Uji Multikolinearitas

Ghozali (2021) mengatakan bahwa uji multikolinearitas dilaksanakan dalam mengevaluasi apakah ada korelasi yang kuat antara variabel independen pada model regresi. Pengujian dilaksanakan melalui memeriksa skor Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Apabila skor Tolerance $> 0,10$ dan VIF < 10 , diindikasikan tidak terjadi multikolonieritas. Sebaliknya, apabila skor Tolerance $< 0,01$ dan VIF > 10 , diindikasikan bahwa terjadi multikolonieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk melihat apakah terdapat perbedaan varians residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya dalam model regresi. Heteroskedastisitas terjadi jika jika varians residualnya berubah-ubah antar pengamatan. (Anggraeni, 2020). Tidak terjadinya heteroskedastisitas adalah model regresi yang baik.

Analisis Regresi Linier Berganda

Teknik analisis regresi yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel independen atau lebih terhadap variabel dependen. Berdasarkan variabel yang akan diteliti maka persamaannya dapat ditulis dengan menggunakan rumus Regresi Linier Berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y	= Loyalitas Nasabah
α	= Konstanta
X1	= Kualitas Pelayanan
X2	= Kepercayaan
X3	= Kepuasan Nasabah
e	= Standar error

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Ghozali (2021) menjelaskan bahwa ukuran kemampuan variabel independen untuk menjelaskan varians variabel dependen secara keseluruhan adalah koefisien determinasi.

Uji Hipotesis**Uji T dan Uji F**

Ghozali (2021) mengatakan secara parsial, variabel bebas punya pengaruh signifikan terhadap variabel terikat jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, atau nilai signifikansi yang didapatkan < 0.05 . Sebaliknya, secara parsial, variabel bebas tidak punya pengaruh signifikan terhadap variabel terikat jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, atau nilai signifikansi yang didapatkan > 0.05 .

Menurut Ghozali (2021), uji simultan merupakan uji dalam melihat adanya pengaruh secara simultan antar variabel independen terhadap dependen. Berikut ini ketentuan dari uji F: H_0 ditolak dan H_1 diterima apabila skor signifikan $F < 0.05$. Semua variabel independen berdampak signifikan terhadap variabel dependen; dan H_0 diterima dan H_1 ditolak apabila skor signifikan $F > 0.05$. Ini menandakan bahwa variabel dependen tidak terpengaruh oleh salah satu faktor independen.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**Hasil Penelitian****Uji Validitas dan Reliabilitas****Tabel 2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas**

Variabel	Indikator	Korelasi		Koefisien	
		Rhitung	Status	Cronbach's Alpha	Status
Kualitas Pelayanan (X1)	X1.1	0,816	VALID	0,917	RELIABEL
	X1.2	0,786	VALID		
	X1.3	0,857	VALID		
	X1.4	0,866	VALID		
	X1.5	0,840	VALID		
	X1.6	0,892	VALID		
Kepercayaan (X2)	X2.1	0,908	VALID	0,914	RELIABEL
	X2.2	0,916	VALID		
	X2.3	0,879	VALID		
	X2.4	0,862	VALID		
Kepuasan Nasabah (X3)	X3.1	0,912	VALID	0,937	RELIABEL
	X3.2	0,922	VALID		
	X3.3	0,921	VALID		
	X3.4	0,916	VALID		
Loyalitas Nasabah (Y)	X4.1	0,922	VALID	0,921	RELIABEL
	X4.2	0,947	VALID		
	X4.3	0,920	VALID		

Sumber: Hasil Olah Data, 2025

Berdasarkan tabel 2 dapat diketahui bahwa semua item pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel kualitas pelayanan, kepercayaan, kepuasan nasabah, dan loyalitas nasabah dinyatakan valid dan dapat digunakan, dimana nilai $R_{hitung} > R_{tabel}$ (0.1966) dengan tingkat signifikansi < 0.05 . Dan suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha dihasilkan ≥ 0.5 . Hasil uji reliabilitas dinyatakan reliabel dengan alasan karena nilai Cronbach Alpha ≥ 0.5 .

Pengujian Asumsi Klasik**Uji Multikolinieritas****Tabel 3. Hasil Uji Multikolinieritas**

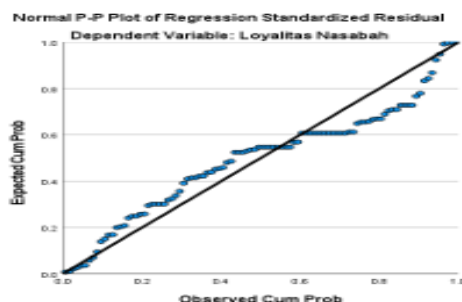
Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas Pelayanan	,883	1,133
	Kepercayaan	,261	3,825
	Kepuasan Nasabah	,278	3,598

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber: Hasil Olah Data, 2025

Berdasarkan Tabel 3 menunjukkan bahwa variabel independen Kualitas Pelayanan memiliki nilai tolerance sebesar 0,883. Kepercayaan memiliki nilai tolerance sebesar 0,261. Serta Kepuasan Nasabah memiliki nilai tolerance sebesar 0,276. Sementara untuk hasil nilai VIF dari variabel independen menunjukkan nilai < 10 . Maka dengan ini dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel independen dalam penelitian ini tidak terdapat multikolinearitas.

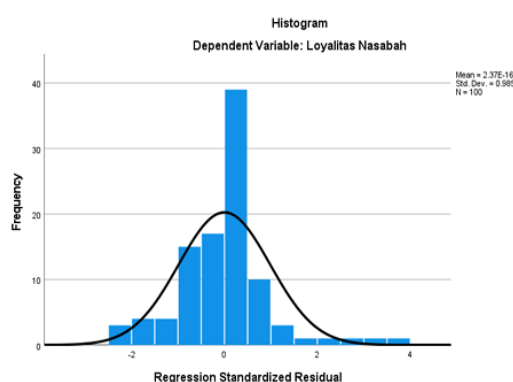
Uji Normalitas



Gambar 2. Uji Normalitas Grafik P-P Plot

Sumber: Hasil Olah Data, 2025

Berdasarkan Gambar 2 dapat dilihat bahwa titik data residual menyebar di sekitar garis dan mengikuti pola garis tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa data terdistribusi secara normal.

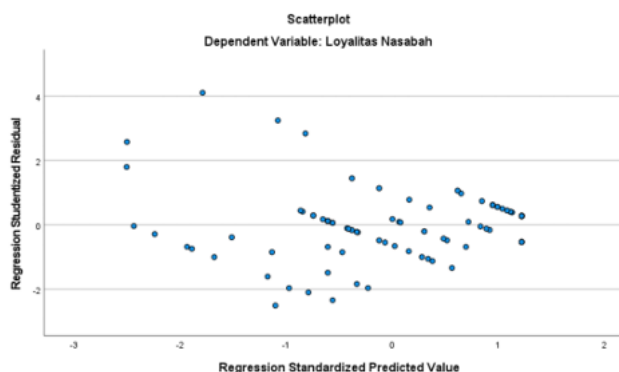


Gambar 3. Uji Normalitas Histogram

Sumber: Hasil Olah Data, 2025

Berdasarkan grafik histogram di atas menunjukkan bahwa berdistribusi normal. Ini ditunjukkan oleh bentuk kurva yang menyerupai lonceng dan data yang terpusat di 0.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 4. Uji Heteroskedastisitas Grafik Scatterplot

Sumber: Hasil Olah Data, 2025

Pada Gambar 4, grafik scatterplot titik-titik data menyebar secara acak, titik data menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y dan titik-titiknya juga tidak membentuk pola. Maka dalam penelitian ini uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a		
		Unstandardized Coefficients	Std. Error	Standardized Coefficients
Model		B		Beta
1	(Constant)	,623	1,233	
	Kualitas Pelayanan	,070	,041	,116
	Kepercayaan	,162	,109	,187
	Kepuasan Nasabah	,435	,092	,575

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber: Hasil Olah Data, 2025

Berdasarkan Tabel 4 maka dapat dirumuskan persamaan Regresi Linear Berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,623 + 0,070X_1 + 0,162X_2 + 0,435X_3 + e$$

Dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai Konstanta menunjukkan nilai sebesar 0.623 berarti Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Kepuasan Nasabah nilainya adalah 0, maka nilai Loyalitas Nasabah tetap berada pada angka 0,623.
2. Nilai Koefisien Kualitas Pelayanan adalah 0,070. Hal ini menjelaskan bahwa peningkatan satu satuan pada kualitas pelayanan akan meningkatkan loyalitas nasabah sebesar 0,070.
3. Nilai Koefisien Kepercayaan adalah 0,162. Hal ini menjelaskan peningkatan satu satuan dalam kepercayaan nasabah akan meningkatkan loyalitas nasabah sebesar 0,162.
4. Nilai Koefisien Kepuasan Nasabah adalah 0,435. Hal ini menjelaskan bahwa setiap peningkatan satu satuan dalam kepuasan nasabah, maka akan menaikkan kepuasan nasabah sebesar 0,435.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,778 ^a	,606	,594	1,257

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Kepuasan Nasabah

b. Dependent Variabel: Loyalitas Nasabah

Sumber: Hasil Olah Data, 2025

Berdasarkan hasil tabel 5 diperoleh nilai R^2 sebesar 0,594, artinya pengaruh variabel kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah PT. Bank SulutGo Cabang Tahuna sebesar 59.4%. Sementara itu, sisa dari persentase tersebut, yaitu sebesar 40.6%, dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini.

Uji Hipotesis

Tabel 4 menunjukkan hasil uji pengaruh tiap variabel bebas terhadap variabel terikat sebagai berikut:

1. Dalam pengujian ini, kualitas pelayanan menunjukkan nilai thitung sebesar 1.697 dan Ttabel 1.985, nilai signifikansi yang dihasilkan 0.093 yang mana lebih besar dari 0.05. Secara hasil uji t mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank SulutGo Cabang Tahuna.
2. Hasil uji t menunjukkan nilai thitung sebesar 1.491 < Ttabel yaitu 1.985, demikian pula nilai signifikansi yang diperoleh adalah 0.139 yang lebih besar dari 0.05. Berdasarkan hasil tersebut, disimpulkan bahwa kepercayaan secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank SulutGo Cabang Tahuna.
3. Hasil analisis menunjukkan variabel Kepuasan Nasabah menghasilkan nilai thitung sebesar 4.734 yang berarti > Ttabel yaitu 1.985. Dan memiliki nilai signifikan 0.000, dimana < 0.05. Dengan demikian, kepuasan nasabah memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank SulutGo Cabang Tahuna

Uji F

Tabel 6. Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	233,384	3	77,795	49,206	,000 ^b
Residual	151,776	96	1,581		
Total	385,160	99			

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Kepuasan Nasabah

Sumber: Hasil Olah Data, 2025

Berdasarkan hasil olah data pada tabel 6, diperoleh nilai signifikan sebesar 0.000, yang menunjukkan angka lebih kecil dari ketentuan uji F yaitu 0,05. Temuan ini mengindikasikan bahwa Hipotesis keempat (H4) diterima, yang berarti variabel kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan nasabah secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank SulutGo Cabang Tahuna.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah

Hasil uji t mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan (X1) secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank SulutGo Cabang Tahuna. Temuan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap loyalitas nasabah di PT. Bank SulutGo Cabang Tahuna mungkin terjadi karena beberapa alasan. Pertama, hal ini dapat dipahami dengan melihat lebih dalam pada setiap indikatornya. Dimensi tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy yang membentuk kualitas pelayanan secara keseluruhan telah dinilai sangat baik oleh nasabah, konsistensi kinerja bank dalam menjaga mutu pelayanan di semua aspek membuat kualitas pelayanan tidak lagi menjadi faktor utama yang mampu mendorong peningkatan loyalitas secara signifikan, melainkan telah dianggap sebagai standar dasar yang wajib dipenuhi. Dengan kata lain, nasabah memandang karyawan PT. Bank SulutGo Cabang Tahuna sangat cepat tanggap, bersedia membantu, mampu memberikan rasa aman, dan keandalan pelayanan sebagai sesuatu yang sudah sewajarnya ada. Kedua, efek kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah mungkin bersifat tidak langsung. Bisa dimediasi oleh faktor lain, seperti kepuasan nasabah yang terbukti sangat berpengaruh dalam membentuk loyalitas. Temuan ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Kristania et al. (2022) yang juga menyimpulkan bahwa kualitas layanan tidak berkorelasi signifikan dengan loyalitas nasabah. Hal ini memperkuat argumen bahwa dalam kasus PT. Bank SulutGo Cabang Tahuna, kualitas pelayanan mungkin memiliki peran yang tidak langsung terhadap pembentukan loyalitas. Namun, bertolak belakang dengan penelitian Simangunsong et al. (2023) yang menemukan adanya pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan dan loyalitas nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas nasabah dapat berbeda-beda, bergantung pada kondisi lingkungan serta karakteristik responden yang menjadi objek penelitian.

Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah

Hasil uji t menunjukkan bahwa kepercayaan (X2) secara parsial tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank SulutGo Cabang Tahuna. Ketidaksignifikanan tersebut dapat dimaknai bahwa meskipun kepercayaan merupakan komponen penting dalam membangun hubungan jangka panjang, faktor ini belum menjadi pendorong utama yang secara langsung membentuk loyalitas nasabah. Berdasarkan indikator yang digunakan yaitu benevolence, integrity, transparency/completeness, serta dependability/keeping promise dapat dilihat bahwa persepsi positif nasabah terhadap indikator-indikator tersebut belum cukup kuat untuk mendorong loyalitas. Ada beberapa kemungkinan yang menjelaskan mengapa tidak mempunyai pengaruh. Pertama, tingkat kepercayaan nasabah terhadap PT Bank SulutGo Cabang Tahuna mungkin sudah dianggap sebagai standar minimum yang wajar dimiliki oleh lembaga keuangan, sehingga meskipun indikator kepercayaan terpenuhi, hal itu tidak lagi menjadi faktor pembeda yang berpengaruh nyata terhadap loyalitas. Kedua, hubungan antara bank dan nasabah cenderung bersifat formal dan transaksional, sehingga indikator seperti benevolence dan integrity belum sepenuhnya membangun kedekatan emosional. Temuan ini sejalan dengan penelitian Lutfiani & Musfiroh (2022) menemukan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah secara langsung. Konsistensi ini memperkuat gagasan bahwa kepercayaan memang memiliki peran penting namun pengaruhnya terhadap loyalitas belum secara langsung. Namun, berbeda dengan penelitian Putri et al. (2023) dilakukan pada Bank Mandiri yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Perbedaan ini disebabkan oleh

karakteristik objek penelitian, Bank Mandiri yang merupakan bank nasional dengan skala dan cakupan yang lebih luas. Oleh karena itu, faktor kepercayaan dapat secara langsung menjadi pendorong loyalitas.

Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah

Dalam penelitian ini, kepuasan nasabah berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hasil ini mendukung pandangan bahwa, nasabah yang puas terhadap pelayanan, produk, serta pengalaman yang diberikan akan tetap terus menggunakan layanan bank tersebut, bahkan merekomendasikannya kepada orang lain. Kepuasan muncul saat harapan nasabah terpenuhi atau bahkan terlampaui oleh pengalaman nyata selama berinteraksi dengan layanan bank. Menurut Manil & Ramagelar (2024), Kepuasan nasabah terjadi saat layanan dan produk bisa memenuhi keinginan, kebutuhan, serta harapan nasabah. Kedua, PT. Bank SulutGo Cabang Tahuna berhasil menciptakan pengalaman yang memuaskan bagi nasabah dan secara langsung diinterpretasikan oleh nasabah menjadi kesediaan untuk tetap loyal. Temuan ini sejalan dengan penelitian Wahyudi (2021) dan Putri & Junaidi (2022) yang menyimpulkan bahwa kepuasan nasabah memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Konsistensi hasil ini memperkuat argumen bahwa kepuasan adalah faktor penentu yang secara konsisten terbukti krusial dalam membangun hubungan jangka panjang dengan nasabah di industri perbankan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah

Melalui hasil uji F bisa dilihat bahwa variabel kualitas pelayanan (X1), kepercayaan (X2), dan kepuasan nasabah (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y) pada PT Bank SulutGo Cabang Tahuna. Temuan ini menjelaskan bahwa meskipun tidak semua variabel memiliki pengaruh signifikan secara parsial, ketiganya secara bersama-sama mampu memberikan kontribusi penting dalam membentuk loyalitas nasabah. Loyalitas nasabah dalam konteks ini tidak hanya dipengaruhi oleh kepuasan, tetapi juga oleh kualitas layanan yang dirasakan serta tingkat kepercayaan terhadap institusi perbankan. Hal ini sejalan dengan pandangan Oliver (2010) yang menyatakan bahwa loyalitas konsumen merujuk pada keputusan untuk tetap memilih suatu layanan meskipun terdapat pilihan pesaing. Selain itu, menurut Sudarsono (2020), loyalitas mencakup kecenderungan untuk melakukan pembelian ulang, tidak terpengaruh oleh daya tarik pesaing, dan memiliki keinginan untuk merekomendasikan kepada orang lain. Artinya, ketika kualitas layanan, kepercayaan, dan kepuasan terpenuhi secara bersama-sama, maka potensi loyalitas akan semakin kuat. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Wahyudi & Ruswanti (2021) dan penelitian Simangunsong et al. (2023) yang memperlihatkan bahwa secara simultan ketiga variabel ini berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Oleh sebab itu, pendekatan sistematis terhadap ketiga variabel ini perlu menjadi strategi utama bagi PT. Bank SulutGo Cabang Tahuna dalam membangun loyalitas nasabah yang berkelanjutan.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT Bank SulutGo Cabang Tahuna pada dasarnya sudah memenuhi harapan nasabah. Namun, karena pelayanan yang baik telah dianggap sebagai hal yang wajar dan menjadi standar umum, aspek ini belum mampu memberikan pengaruh besar terhadap peningkatan loyalitas nasabah. Dengan demikian, kualitas pelayanan belum dapat dikatakan sebagai faktor utama dalam membentuk loyalitas nasabah.
2. Kepercayaan nasabah terhadap bank juga belum menunjukkan peranan yang kuat dalam menciptakan kesetiaan. Kondisi ini menggambarkan bahwa tingkat kepercayaan nasabah terhadap PT Bank SulutGo Cabang Tahuna sudah cukup stabil, sehingga tidak lagi menjadi faktor yang secara langsung mendorong peningkatan loyalitas.
3. Kepuasan nasabah justru muncul sebagai faktor yang paling berperan dalam menciptakan loyalitas. Ketika nasabah merasa puas terhadap pelayanan dan pengalaman yang mereka terima, mereka cenderung untuk tetap setia serta terus menggunakan produk dan layanan bank. Temuan ini sejalan dengan visi PT Bank SulutGo Cabang Tahuna yang berorientasi pada kepuasan nasabah. Artinya, kepuasan yang tinggi mampu menumbuhkan loyalitas dan kesetiaan nasabah terhadap bank.
3. Secara keseluruhan, kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kepuasan nasabah memiliki keterkaitan dalam membentuk loyalitas. Kepuasan nasabah berperan sebagai penghubung penting antara pengalaman pelayanan dan tingkat kepercayaan terhadap bank. Di luar ketiga aspek tersebut, masih ada faktor lain yang juga berkontribusi terhadap loyalitas nasabah. Dengan kata lain, loyalitas nasabah tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan kepercayaan, tetapi juga oleh pengalaman positif serta persepsi menyeluruh terhadap layanan yang diberikan.

Saran

1. PT. Bank SulutGo Cabang Tahuna agar meningkatkan konsistensi layanan di setiap titik sentuh untuk menciptakan pengalaman positif yang mendorong loyalitas, membangun hubungan personal guna menumbuhkan kepercayaan, serta menghadirkan layanan digital intuitif seperti notifikasi transaksi untuk meningkatkan keamanan dan kesadaran nasabah.
2. PT. Bank SulutGo Cabang Tahuna harus menempatkan strategi peningkatan dan pemeliharaan kepuasan nasabah sebagai prioritas tertinggi.
3. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi peran kepuasan nasabah sebagai variabel mediasi dan pengujian variabel moderasi dan penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel independen lain agar dapat memberikan gambaran yang lebih signifikan terhadap loyalitas nasabah

DAFTAR PUSTAKA

- Chandra, T., Chandra, S., & Hafni, L. (2020). *Service Quality, Consumer Satisfaction, Dan Consumer Loyalty: Tinjauan Teoritis*. Malang: CV IRDH.
- Fasindah, Maya. (2024). *Manajemen Pemasaran: Riset, Strategi, Rencana, Dan Penentuan Segmentasi Pasar*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26 Edisi 10*. Cetakan Sepuluh. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, S. (2020). *Kunci Sukses Kepuasan Pelanggan (Upaya Membangun BUMD)*. Serang: Media Madani.
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2024). *Analisis Regresi Dan Analisis Jalur Untuk Riset Bisnis Menggunakan SPSS 29.0 & SMART-PLS 4.0*. Purbalingga: CV. Eureka Media Aksara.
- Kristania, V. J., Ogi, I. W. J., & Karuntu, M. M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah, dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) TBK Kantor Cabang Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(4), 533–544. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/43817>
- Lutfiani, A. N., & Musfiroh, M. F. S. (2022). Pengaruh Kepercayaan Dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah. *Jamasy: Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*, 2(3), 50–64. <https://ojs.unsiq.ac.id/index.php/jamasy/article/view/2917>
- Manil, C., & Ramagelar, W. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 7(2), 230–240. <https://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JPK/article/view/40079>
- Oliver, R. L. (2010). *Satisfaction: A Behavioral Perspective On The Consumer*. New York: Emerald Group Publishing Limited
- Putri, A. A., Hardini, R., & Digidowiseiso, K. (2023). The Influence of Service Quality, Trust, and Company Image on Customer Loyalty at Bank Mandiri Tebet South Jakarta Branch. *Jurnal Syntax Admiration*, 4(1), 256–267. <https://jurnalsyntaxadmiration.com/index.php/jurnal/article/view/818>
- Putri, P., & Junaidi, J (2022). The Influence Of Service Quality, Commitment And Customer Satisfaction On Customer Loyalty In Choosing A Islamic Banks. *Jurnal Syarikah: Jurnal Ekonomi Islam*, 8(2), 175–184. <https://ojs.unida.info/JSEI/article/view/6983>
- Simangunsong, D. A. Y., Nasution, A. I. L., & Nasution, M. L. I. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah : Studi Kasus Bank Sumut Syariah KCP Lubuk Pakam. *Journal*

Sudarsono, H. (2020). *Buku Ajar: Manajemen Pemasaran*. Jember: CV. Pustaka Abadi.

Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

Wahyudi., & Ruswanti, E. (2021). The Effect Of Service Quality, Trust And Satisfaction Of Banks Customer Loyalty. *International Journal of Research and Review*, 8(4), 293–307. https://www.ijrrjournal.com/IJRR_Vol.8_Issue.4_April2021/IJRR036.pdf

