

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN TINGKAT  
SUKU BUNGA TERHADAP LOYALITAS NASABAH  
PADA PT BANK PERKREDITAN RAKYAT DANA  
NUSANTARA DI KOTA BATAM**

**SKRIPSI**



**Oleh:  
Roy Arismunandar  
130610026**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2018**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN TINGKAT  
SUKU BUNGA TERHADAP LOYALITAS NASABAH  
PADA PT BANK PERKREDITAN RAKYAT DANA  
NUSANTARA DI KOTA BATAM**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi salah satu syarat  
guna memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh  
Roy Arismunandar  
130610026**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2018**

## **SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS**

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Roy Arismunandar  
NPM/NIP : 130610026  
Fakultas : Perbankan  
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa **“Skripsi”** yang saya buat dengan judul:

**“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN TINGKAT SUKU BUNGA  
TERHADAP LOYALITAS NASABAH DI PT BPR DANA NUSANTARA DI  
KOTA BATAM”**

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun

Batam, 16 Maret 2018

Materai 6000

**Roy Arismunandar**  
130610026

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN TINGKAT  
SUKU BUNGA TERHADAP LOYALITAS NASABAH  
PADA PT BANK PERKREDITAN RAKYAT DANA  
NUSANTARA CABANG NAGOYA  
DI KOTA BATAM**

Oleh  
**Roy Arismunandar**  
**130610026**

**SKRIPSI**  
Untuk memenuhi salah satu syarat  
guna memperoleh gelar Sarjana

Telah disetujui oleh  
Pembimbing pada tanggal  
seperti tertera di bawah ini

**Batam, 02 Februari 2018**

**Jontro Simanjuntak, S.Pt., S.E., M.M.**  
Pembimbing

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan tingkat suku bunga terhadap loyalitas nasabah pada BPR Dana Nusantara di Kota Batam. Tak dipungkiri bahwa kualitas pelayanan dan tingkat suku bunga merupakan salah satu yang bisa meningkatkan loyalitas nasabah. Dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan menyesuaikan tingkat suku bunga akan memiliki dampak kepada loyalitas nasabah. Sampel penelitian ini adalah nasabah BPR Dana Nusantara cabang Nagoya di Kota Batam sebanyak 118 responden sebagai sampel penelitian. Dari jumlah populasi sebesar 2.657 dengan tingkat nilai kesalahan pengambilan sebesar 10% sehingga jumlah sampel yang harus diambil adalah 118 orang. Data diperoleh melalui pembagian kuesioner kepada nasabah BPR Dana Nusantara di Kota Batam dan teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *simple random sampling*. Tujuan menggunakan teknik *simple random sampling* adalah supaya untuk mempermudah dalam pengumpulan data nasabah yang berada di PT BPR Dana Nusantara di Kota Batam. Analisis data dilakukan dengan menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan software statistic SPSS (*Statistic product and Service Solution*) versi 21. Hasil penelitian regresi berganda menunjukkan bahwa kualitas pelayanan bernilai positif atau signifikan terhadap loyalitas nasabah, tingkat suku bunga bernilai positif atau signifikan terhadap loyalitas nasabah, dan kualitas pelayanan dan tingkat suku bunga sama - sama berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

**Kata kunci: Kualitas pelayanan, tingkat suku bunga, dan loyalitas nasabah**

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of service quality and the interest rate on customer loyalty at BPR Dana Nusantara in Batam. It is undeniable that services quality and interest rate are among the ones that can improve customer loyalty. With the improvement of service quality and interest rate will affect customer loyalty. The sample was BPR Dana Nusantara in Batam customers as many as 118 respondents. Of the total population of 2,657 with the rate decision error value by 10% so that the number of samples to be taken is 118 people. Data obtained through the distribution of questionnaires to customers of BPR Dana Nusantara in Batam and the technique which was used to obtain the sample of this research was simple random sampling . The reason simple random sampling technique was used because it was to ease in obtaining customer respond in BPR Dana Nusantara in Batam. The data were analyzed using multiple linear regression with statistic software called SPSS (Statistic Product and Service Solution) Version 21. Multiple regression results show that quality of service is positive or significance to customer loyalty, the interest rate is positive or significance to customer loyalty, and quality of service and the interest rate are positive and significance to customer loyalty.*

**Keywords: Quality of Service, Interest Rate and Customer Loyalty**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala Rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati.

Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Nur Elfi Husda, S.Kom., M.Si. selaku Rektor Universitas Putera Batam
2. Pak Dr. Jontro Simanjuntak, S.Pt., S.E., M.M selaku Dekan Universitas Putera Batam serta pembimbing yang sudah membantu penulis dalam penulisan skripsi ini
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen
4. Dosen dan Civitas Akademik Universitas Putera Batam
5. Kedua orang tua penulis Bapak Ahau dan Ibu Tuty beserta kakak adik penulis
6. Pimpinan cabang beserta semua staff PT Bank Dana Nusantara cabang Nagoya di Kota Batam.
7. Sahabat penulis terutama Catherine, Rudi Hartono, Bur-an, Vivian Thasindo, serta teman yang lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan semangat serta dukungan dalam penyusunan skripsi sehingga dapat terselesaikan dengan baik
8. Semua teman-teman mahasiswa jurusan manajemen perbankan yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu.
9. Seluruh responden yang telah berpartisipasi dalam pengisian kuesioner.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufikNya, Amin.

Batam, 10 Februari 2017

Roy Arismunandar  
130610026



# DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PENYATAAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
ABSTRAK .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR RUMUS .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	4
1.3. Pembatasan Masalah.....	4
1.4. Perumusan Masalah.....	5
1.5. Tujuan Penelitian.....	6
1.6. Manfaat Penelitian.....	6
1.6.1. Aspek Praktis .....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>7</b>
2.1. Teori Dasar.....	7
2.1.1. Jasa .....	7
2.1.1.1. Pengertian Jasa .....	7
2.1.1.2. Karakteristik Jasa.....	9
2.1.2. Bank Perkreditan Rakyat .....	10
2.1.2.1. Pengertian Bank Perkreditan Rakyat .....	10
2.1.2.2. Kegiatan-kegiatan Bank Perkreditan Rakyat .....	12
2.1.2.3. Tugas Bank Perkreditan Rakyat .....	13
2.1.2.4. Fungsi Bank Perkreditan Rakyat.....	13
2.1.3. Kualitas Pelayanan .....	14
2.1.3.1. Pengertian Kualitas Pelayanan .....	14
2.1.3.2. Indikator-Indikator Kualitas Pelayanan .....	14
2.1.4. Tingkat Suku Bunga.....	16
2.1.4.1. Pengertian Tingkat Suku Bunga.....	16
2.1.4.2. Jenis Bunga Bank.....	16
2.1.4.3. Indikator-Indikator yang mempengaruhi Tingkat Suku Bunga .....	17
2.1.5. Loyalitas Nasabah .....	19
2.1.5.1. Pengertian Loyalitas.....	19
2.1.5.2. Indikator-Indikator Loyalitas Nasabah.....	20

2.1.5.3. Tingkatan Loyalitas Pelanggan .....	22
2.2. Penelitian Terdahulu .....	23
2.3. Kerangka Pemikiran .....	26
2.4. Hipotesis .....	26

### **BAB III METODE PENELITIAN ..... 28**

3.1. Desain Penelitian .....	28
3.2. Operasional Variabel .....	28
3.2.1. Variabel Independen (Variabel Terikat) .....	29
3.2.2. Variabel Dependen (Variabel Bebas) .....	33
3.3. Populasi dan Sampel.....	34
3.3.1. Populasi .....	34
3.3.2. Sampel .....	34
3.4. Teknik Pengumpulan Data .....	35
3.4.1. Kuesioner .....	35
3.5. Metode Analisa Data .....	36
3.5.1. Analisis Deskriptif .....	36
3.5.2. Uji Kualitas Data .....	37
3.5.2.1. Uji Validitas Instrumen .....	37
3.5.2.2. Uji Reliabilitas Instrumen .....	38
3.5.3. Uji Asumsi Klasik .....	39
3.5.3.1. Uji Normalitas .....	40
3.5.3.2. Uji Multikolinieritas .....	40
3.5.3.3. Uji Heteroskedasitas .....	40
3.5.4. Uji Pengaruh.....	41
3.5.4.1. Analisis Regresi Linear Berganda .....	41
3.5.4.2. Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	42
3.5.5. Uji Hipotesis.....	43
3.5.5.1. Uji t (Parsial) .....	43
3.5.5.2. Uji F (Simultan) .....	44
3.6. Lokasi dan Jadwal Penelitian .....	45
3.6.1. Lokasi Penelitian .....	45
3.6.2. Jadwal Penelitian.....	45

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN ..... 47**

4.1. Hasil Penelitian .....	47
4.1.1. Profil Responden .....	47
4.1.1.1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
4.1.1.2. Profil Responden Berdasarkan Jenis Usia .....	49
4.1.1.3. Profil Responden Berdasarkan Jenis Pendidikan Tertinggi .....	50
4.1.1.4. Profil Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah .....	51
4.1.2. Analisis Deskriptif .....	52
4.1.2.1. Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) .....	52
4.1.2.2. Tingkat Suku Bunga ( $X_2$ ) .....	53
4.1.2.3. Loyalitas Nasabah (Y) .....	56

4.1.3.	Hasil Uji Kualitas Data .....	57
4.1.3.1.	Hasil Uji Validitas Data .....	57
4.1.3.2.	Hasil Uji Reliabilitas Data .....	59
4.1.4.	Hasil Uji Asumsi Klasik .....	62
4.1.4.1.	Hasil Uji Normalitas .....	62
4.1.4.2.	Hasil Uji Multikolinieritas .....	64
4.1.4.3.	Hasil Uji Heteroskedasitas .....	65
4.1.5.	Hasil Uji Pengaruh .....	66
4.1.5.1.	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....	66
4.1.5.2.	Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	67
4.1.6.	Hasil Uji Hipotesis .....	68
4.1.6.1.	Hasil Uji t (Parsial).....	68
4.1.6.2.	Hasil Uji F (Simultan).....	69
4.2.	Pembahasan .....	71
4.2.1	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah .....	71
4.2.2	Pengaruh Tingkat Suku Bunga terhadap Loyalitas Nasabah .....	71
4.2.3	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Tingkat Suku Bunga terhadap Loyalitas Nasabah .....	71
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>73</b>
5.1.	Kesimpulan .....	73
5.2.	Saran .....	74
DAFTAR PUSTAKA.....		75
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		
SURAT KETERANGAN PENELITIAN		
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS		

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	27
Gambar 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	49
Gambar 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia .....	50
Gambar 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan tertinggi .....	51
Gambar 4.4 Profil Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah .....	52
Gambar 4.5 Hasil Uji Normalitas dengan Histogram .....	63
Gambar 4.6 Hasil Uji Normalitas dengan Normal P-P Plot.....	63
Gambar 4.7 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	66

## DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel .....	34
Tabel 3.2 Tingkat Validitas .....	39
Tabel 3.3 Indeks Koefisien Reliabilitas .....	40
Tabel 3.4 Jadwal Penelitian.....	41
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	49
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia .....	50
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Tertinggi .....	51
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah.....	52
Tabel 4.5 Indikator Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) .....	53
Tabel 4.6 Indikator Variabel Tingkat Suku Bunga ( $X_2$ ) .....	55
Tabel 4.7 Indikator Variabel Loyalitas Nasabah (Y).....	57
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan .....	59
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Tingkat Suku Bunga .....	59
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Loyalitas Nasabah .....	60
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan .....	61
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Suku Bunga .....	62
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas Loyalitas Nasabah .....	62
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas Data.....	64
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas.....	65
Tabel 4.16 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda .....	67
Tabel 4.17 Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	69
Tabel 4.18 Hasil Uji t .....	70
Tabel 4.19 Hasil Uji F.....	71

## DAFTAR RUMUS

Halaman

Rumus 3.1 Rumus Slovin .....	36
Rumus 3.2. Rumus Regresi Linear Berganda .....	42
Rumus 3.3 Rumus Koefisien Determinasi .....	44
Rumus 3.4 Rumus Uji t .....	45
Rumus 3.5 Rumus Uji F.....	39

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Loyalitas merupakan dorongan perilaku untuk melakukan pembelian atas barang atau jasa secara berulang-ulang dan untuk membangun kesetiaan pelanggan terhadap suatu produk dan jasa yang dihasilkan oleh suatu badan usaha. Loyalitas pelanggan perlu diperoleh karena seseorang yang loyal akan menjadi asset yang sangat bernilai bagi organisasi atau perusahaan. Membangun loyalitas tentu merupakan tujuan utama setiap perusahaan dalam menjalankan usaha jangka panjang, salah satunya yaitu di dunia perbankan. Sebagai lembaga keuangan, bank memberikan jasa keuangan melalui penitipan uang (simpanan), peminjaman uang (kredit), serta jasa-jasa lainnya. Oleh karena itu, bank harus dapat menjaga kepercayaan dari nasabahnya. Kepercayaan sangat penting, karena tanpa kepercayaan bank akan susah berkembang dan bertahan hidup. Kepercayaan berkaitan erat dengan loyalitas, tanpa adanya kepercayaan maka tidak akan muncul loyalitas nasabah. Loyalitas merupakan suatu konsep yang penting dalam bidang perbankan karena loyalitas merupakan salah satu faktor untuk dapat menentukan pangsa pasar (*market share*) dari suatu perusahaan.

Adapun beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah, di antaranya adalah kepuasan nasabah, tingkat suku bunga, kualitas jasa, kualitas pelayanan dan citra perusahaan. Dari beberapa faktor diatas, penulis akan lebih fokus ke

faktor tingkat suku bunga dan kualitas pelayanan, yang penelitiannya akan dilakukan di PT Bank Perkreditan Rakyat Dana Nusantara dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Tingkat Suku Bunga Terhadap Loyalitas Nasabah pada PT Bank Perkreditan Rakyat Dana Nusantara Cabang Nagoya Kota Batam”

PT Bank Perkreditan Rakyat Dana Nusantara merupakan perusahaan di bidang perbankan yang berkembang cepat di wilayah Kepulauan Riau sejak pendiriannya pada tanggal 18 Mei 2002, BPR Dana Nusantara memulai kegiatan operasionalnya di bawah pimpinan dan pengawasan orang-orang yang profesional dan berpengalaman di bidang perbankan dan dalam waktu 1(satu) tahun telah dikenal luas oleh masyarakat Batam dan telah membantu peningkatan perkembangan ekonomi di Batam. BPR Dana Nusantara memberikan layanan perbankan berupa Tabungan, Deposito dan Kredit untuk seluruh lapisan masyarakat. Perkembangan pesat ini menjadikan BPR Dana Nusantara sebagai salah satu BPR dengan nilai aset perusahaan tertinggi di Batam maupun Nasional.

BPR Dana Nusantara memiliki semboyan “Lebih Mudah, Lebih Cepat, Lebih Dekat dengan Anda”, namun pada kenyataannya banyak nasabah yang kecewa dengan pelayanan PT BPR Dana Nusantara. Nasabah kecewa dikarenakan pelayanan yang diberikan perusahaan ke nasabah masih kurang, seperti counter teller yang dibuka sedikit sehingga nasabah merasa jenuh karena lama menunggu. Faktor ini termasuk ke dalam salah satu faktor yang akan penulis bahas di penelitian ini yaitu “kualitas pelayanan”.

(Sedarmayanti, 2010: 243) Pelayanan berarti melayani suatu jasa yang



dibutuhkan oleh masyarakat dalam segala bidang. Setiap kegiatan yang dilakukan oleh pihak lain yang ditujukan guna memenuhi orang banyak disebut pelayanan umum.

Selain kualitas pelayanan, tingkat suku bunga juga sangat mempengaruhi minat menabung nasabah di PT Bank Perkreditan Rakyat Dana Nusantara. (Kasmir, 2012: 114) bunga bank dapat diartikan sebagai balas jasa yang diberikan oleh bank yang berdasarkan prinsip konvensional kepada nasabah yang membeli atau menjual produknya. Jika pihak bank menerima pinjaman (simpanan) dari masyarakat maka bank diwajibkan membayar bunga yang telah ditentukan, dan sebaliknya jika bank memberikan pinjaman (kredit) kepada nasabah, maka nasabah diwajibkan membayar bunga yang telah disepakati. Bisa disimpulkan bahwa semakin tinggi suku bunga tabungan maka minat nasabah untuk menabung juga semakin tinggi dan perubahan tingkat suku bunga akan mempengaruhi minat nasabah untuk menabung. Namun belum semua bank menawarkan suku bunga yang sebanding dengan jumlah tabungan nasabah, salah satunya yaitu BPR Dana Nusantara.

Loyalitas nasabah berkait erat dengan kualitas pelayanan dan tingkat suku bunga yang diberikan bank kepada nasabah. Dalam rangka untuk meningkatkan loyalitas nasabah PT Bank Perkreditan Rakyat Dana Nusantara, pihak bank harus meningkatkan kualitas pelayanannya dan memberikan tingkat suku bunga yang ideal.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan**

## **Tingkat Suku Bunga Terhadap Loyalitas Nasabah pada PT Bank Perkreditan Rakyat Dana Nusantara Di Kota Batam”.**

### **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, dapat diidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Tingkat kualitas pelayanan yang diberikan oleh BPR Dana Nusantara kepada nasabahnya relatif rendah.
2. Tingkat suku bunga tabungan yang diberikan oleh BPR Dana Nusantara relatif rendah dan tidak sebanding dengan jumlah saldo tabungan.
3. Banyak nasabah yang kecewa dengan pelayanan BPR Dana Nusantara.
4. Kualitas pelayanan dan tingkat suku bunga sangat mempengaruhi loyalitas nasabah di BPR Dana Nusantara.

### **1.3 Pembatasan Masalah**

Permasalahan yang dikaitkan dengan judul penelitian di atas sangat luas, sehingga tak mungkin di lapangan permasalahan yang ada itu dapat terjangkau dan terselesaikan semua, sehingga diperlukan pembatasan masalah agar persoalan yang diteliti menjadi jelas dan kesalahpahaman dapat dihindari. Pada skripsi ini peneliti membatasi permasalahan :

1. Penelitian ini dilakukan pada nasabah di BPR Dana Nusantara cabang Nagoya Batam.

2. Kualitas pelayanan dibatasi pada petugas pelayanan, seperti: *customer service, teller, security* pada BPR Dana Nusantara
3. Tingkat suku bunga dibatasi dengan suku bunga tabungan dan deposito.
4. Loyalitas nasabah dilihat dari kualitas pelayanan dan tingkat suku bunga.

#### **1.4 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, dapat dirumuskan permasalahannya sebagai berikut:

1. Apakah pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pada BPR Dana Nusantara?
2. Apakah tingkat suku bunga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah BPR Dana Nusantara?
3. Apakah kualitas pelayanan dan tingkat suku bunga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah BPR Dana Nusantara?

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah di atas maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah BPR Dana Nusantara.

2. Pengaruh tingkat suku bunga terhadap loyalitas nasabah BPR Dana Nusantara.
3. Pengaruh tingkat kualitas pelayanan dan tingkat suku bunga secara bersama-sama terhadap loyalitas nasabah BPR Dana Nusantara.

## **1.6 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua kalangan yang berhubungan dengan obyek penelitian ini. Adapun rincian manfaatnya adalah sebagai berikut:

### **1.6.1 Manfaat secara praktis**

1. Manfaat bagi perusahaan  
Memberikan sumbangan pemikiran, bahan informasi, dan referensi tambahan dalam rangka meningkatkan loyalitas nasabah.
2. Manfaat bagi dunia akademik  
Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi penelitian sejenisnya untuk memberikan gambaran bagi penelitian selanjutnya.
3. Manfaat bagi penulis  
Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi dan pengalaman berharga untuk mengembangkan ilmu pengetahuan, khususnya yang berhubungan dengan Kualitas Pelayanan, Tingkat Suku Bunga, dan Loyalitas.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Teori Dasar**

##### **2.1.1 Jasa**

###### **2.1.1.1 Pengertian Jasa**

Kotler (2000:428) dalam (Hurriyati, 2008: 28), “ Jasa adalah setiap tindakan atau kinerja yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak yang lain yang secara prinsip tidak berwujud dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan.”

(Hurriyati, 2008: 28) mendefinisikan jasa adalah:”Seluruh aktivitas ekonomi dengan output selain produk dalam pengertian fisik, dikonsumsi dan diproduksi pada saat bersamaan, memberikan nilai tambah dan secara prinsip tidak berwujud (*intangible*) bagi pembeli pertamanya”.

Jasa merupakan salah satu dari bagian manajemen pemasaran, karena jasa adalah bentuk dari bagaimana kita melayani konsumen, memuaskan pelanggan dan dapat meningkatkan mutu perusahaan di mata pelanggan yang tidak berbentuk dan berwujud.

Jasa adalah semua aktivitas ekonomi yang hasilnya bukan berbentuk produk fisik atau konstruksi, yang umumnya dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan serta memberikan nilai tambah (misalnya kenyamanan, hiburan, kesenangan atau kesehatan konsumen).

Berdasarkan beberapa definisi diatas dapat diartikan bahwa didalam jasa selalu ada aspek interaksi antara pihak konsumen dan pemberi jasa, meskipun pihak-pihak yang terlibat tidak selalu menyadari. Jasa bukan merupakan barang tetapi suatu proses atau aktivitas yang tidak berwujud.

Kriteria yang menjadi ciri pelayanan jasa yang membedakan dari barang yaitu (Sedarmayanti, 2010: 48) :

- A. Pelayanan merupakan output tak berbentuk.
- B. Pelayanan merupakan output variable, tidak standar.
- C. Pelayanan tidak dapat disimpan dalam inventori, tetapi dapat dikonsumsi dalam produksi.
- D. Terdapat hubungan langsung yang erat dengan pelanggan melalui proses pelayanan.
- E. Pelanggan berpartisipasi dalam proses pelayanan.
- F. Keterampilan personil diserahkan atau diberikan secara langsung kepada pelanggan
- G. Pelayanan tidak dapat diproduksi secara massal.
- H. Membutuhkan pertimbangan pribadi tinggi dari individu pemberi pelayanan.
- I. Perusahaan jasa umumnya bersifat padat karya.
- J. Fasilitas pelayanan berada dekat lokasi pelanggan.
- K. Pengukuran efektivitas pelayanan bersifat subyektif.
- L. Pengendalian kualitas terutama dibatasi pada pengendalian proses.
- M. Pilihan penetapan harga lebih rumit.

### 2.1.1.2 Karakteristik Jasa

Beberapa karakteristik jasa menurut Kotler yang dikutip oleh (Hurriyati, 2008: 30) adalah sebagai berikut :

1. *Intangibility* ( Tidak berwujud )

Jasa mempunyai sifat tidak berwujud karena tidak bisa diidentifikasi oleh kelima indera manusia, seperti : dilihat, dirasa, diraba, didengar, atau dicium sebelum terjadi proses transaksi pembelian.

2. *Inseparability* ( Tidak dapat dipisahkan )

Jasa tidak dapat dipisahkan dari sumbernya, apakah sumber itu merupakan orang maupun mesin, disamping itu apakah sumber itu hadir atau tidak, produk fisik yang berwujud tetap ada.

3. *Variability* ( Berubah-ubah )

Jasa dapat mudah berubah-ubah karena jasa ini tergantung pada siapa yang menyajikan, kapan, dan dimana disajikan.

4. *Perishability* (Mudah musnah)

Jasa tidak dapat disimpan atau mudah musnah, sehingga tidak dapat dijual pada masa yang akan datang. Keadaan mudah musnah ini bukanlah suatu masalah jika permintaannya stabil, karena mudah untuk melakukan persiapan pelayanan sebelumnya. Jika permintaan berfluktuasi, maka perusahaan akan menghadapi masalah yang sulit dalam melakukan persiapan pelayanannya. Untuk itu perlu dilakukan perencanaan produk, penetapan harga serta program promosi yang tepat untuk mengatasi ketidaksesuaian antara penawaran dan permintaan jasa

## **2.1.2 Bank Perkreditan Rakyat**

### **2.1.2.1 Pengertian Bank Perkreditan Rakyat**

UU No.10 Tahun 1998 mendefinisikan BPR sebagai salah satu lembaga keuangan yang menyalurkan kredit dan sebagai bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan/atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

Kegiatan usaha yang dapat dilakukan oleh BPR secara lengkap adalah menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan berupa deposito berjangka, tabungan dan bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu, memberikan kredit, menyediakan pembiayaan dan penempatan dana berdasarkan prinsip syariah sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh Bank Indonesia, serta menempatkan dananya dalam bentuk Sertifikat Bank Indonesia (SBI), deposito berjangka, dan tabungan pada bank lain.

Di samping kegiatan yang dapat dilaksanakan oleh BPR, ada juga kegiatan yang merupakan larangan bagi BPR yaitu menerima simpanan berupa giro dan ikut serta dalam lalu lintas pembayaran, melakukan kegiatan usaha dalam valuta asing, melakukan penyertaan modal, melakukan usaha perasuransian dan melakukan usaha lain di luar kegiatan usaha sebagaimana dimaksud di atas.

Bank Perkreditan Rakyat merupakan lembaga keuangan bank yang menerima simpanan hanya dalam bentuk deposito berjangka, tabungan, dan/atau bentuk lainnya yang dipersamakan dan menyalurkan dana sebagai usaha BPR. Dengan lokasi yang pada umumnya dekat dengan tempat masyarakat yang



membutuhkan

Berdasarkan UU Perbankan Nomor 7 Tahun 1992 Status BPR ini diberikan kepada Bank Desa, Lumbung Desa, Bank Pasar, Bank Pegawai, Lumbung Pith Nagari (LPN), Lembaga Perkreditan Desa (LPD), Badan Kredit Desa (BKD), Badan Kredit Kecamatan (BKK), Kredit Usaha Rakyat Kecil (KURK), Lembaga Perkreditan Kecamatan (LPK), Bank Karya Produksi Desa (BKPD), dan/atau lembaga-lembaga lainnya yang dipersamakan dengan memenuhi suatu persyaratan tatacara yang ditetapkan dengan suatu Peraturan Pemerintah.

Berdasarkan UU Perbankan Nomor 7 Tahun 1992 lembaga-lembaga tersebut sudah berkembang dari lingkungan masyarakat Indonesia, serta masih diperlukan oleh masyarakat, maka keberadaan lembaga dimaksud diakui. Untuk menjamin kesatuan dan keseragaman dalam suatu pembinaan dan pengawasan, maka persyaratan dan tatacara pemberian status lembaga-lembaga yang dimaksud ditetapkan dengan Peraturan Pemerintah.

#### **2.1.2.2 Kegiatan – kegiatan Bank Perkreditan Rakyat**

(Kasmir, 2012: 40), kegiatan-kegiatan Bank Perkreditan Rakyat diantara lain :

1. Menghimpun dana dalam bentuk :
  - a. Simpanan Tabungan.
  - b. Simpanan Deposito.

2. Menyalurkan dana dalam bentuk :
  - a. Kredit Investasi.
  - b. Kredit Modal Kerja.
  - c. Kredit Perdagangan.
3. Larangan-larangan bagi Bank Perkreditan Rakyat adalah sebagai berikut :
  - a. Menerima Simpanan Giro.
  - b. Mengikuti Kliring.
  - c. Melakukan Kegiatan Valuta Asing.
  - d. Melakukan kegiatan perasuransian.

### **2.1.2.3 Tugas Bank Perkreditan Rakyat**

Pasal 13 UU Perbankan No. 10 tahun 1998, Bank Perkreditan Rakyat mempunyai suatu kegiatan usaha yaitu sebagai berikut :

1. Bertugas untuk menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan berupa deposito berjangka, tabungan, dan/atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu.
2. Bertugas memberikan Kredit
3. Bertugas untuk menyediakan pembiayaan dan penempatan dana berdasarkan prinsip syariah, sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan oleh Bank Indonesia.

4. Bertugas untuk menempatkan dananya dalam bentuk Sertifikat Bank Indonesia, deposito berjangka, sertifikat deposito, dan/atau tabungan pada bank lain.

#### **2.1.2.4 Fungsi Bank Perkreditan Rakyat**

Kegiatan yang ada didalam bank ditentukan oleh fungsi-fungsi yang melekat pada bank tersebut. Menurut Undang-Undang RI Nomor 10 tahun 1998 fungsi bank diuraikan sebagai berikut

- a. Pengumpulan dana, dari masyarakat yang disimpan di bank yang merupakan sumber dana untuk bank selain dana bank.
- b. Pemberian kredit, dana yang dikumpulkan dari masyarakat dalam bentuk tabungan, giro dan deposito harus segera diputar karena sebab dari dana tersebut bank akan dikenakan beban bunga, jasa giro, bunga deposito, bunga tabungan dan biaya operasional seperti gaji, sewa gedung dan penyusutan.
- c. Penanaman dana dan investasi, biasanya mendapat imbalan berupa pendapatan modal yang bisa berupa bunga, laba, dan deviden.
- d. Pencipta uang, fungsi yang paling pokok dari bank umum jika dilihat dari sudut pandang ekonomi makro.
- e. Pembayaran, transaksi pembayaran dilakukan melalui cek, bilyet giro, surat wesel, kupon dan transfer uang.

Pemindahan uang, biasanya disebut sebagai pentransferan uang, yang bisa dilakukan antar bank yang sama dan antar bank yang berbeda.

## **2.1.3 Kualitas Pelayanan**

### **2.1.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan**

Pengertian atas konsep kualitas ini telah diberikan oleh beberapa pakar dari berbagai sudut pandang yang berbeda, sehingga muncul beberapa definisi berbeda.

(Moenir, 2008: 47) menjelaskan bahwa pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung.

Sedangkan menurut Kotler dalam (Laksana, 2008: 68) pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Kotler dalam (Iksan, 2009: 154) bahwa pelayanan (*services*) adalah berbagai tindakan atau kinerja yang mana satu pihak dapat menawarkannya kepada pihak lain.

(Sedarmayanti, 2010: 243) Pelayanan berarti melayani suatu jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat dalam segala bidang. Setiap kegiatan yang dilakukan oleh pihak lain yang ditujukan guna memenuhi orang banyak disebut pelayanan umum.

### **2.1.3.2 Indikator-Indikator Kualitas Pelayanan**

(Tjiptono, 2008: 68) kualitas pelayanan memiliki 5 (lima) indikator pengukuran, yaitu:

1. Berwujud (*tangible*)

Yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan, kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan lingkungan sekitar adalah bukti fasilitas fisik atau gedung, gudang, penampilan karyawan, dan lain sebagainya.

2. Reliabilitas (*reliability*)

Yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan dengan cepat, tepat, akurat, dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.

3. Ketanggapan (*responsiveness*)

Yaitu berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespons permintaan mereka, serta menginformasikan kapan pelayanan akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara tepat.

4. Jaminan (*assurance*)

Yaitu perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan.

5. Empati (*emphaty*)

Yaitu perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.

## **2.1.4 Tingkat Suku Bunga**

### **2.1.4.1 Pengertian Tingkat Suku Bunga**

(Kasmir, 2012: 114) bunga bank dapat diartikan sebagai balas jasa yang diberikan oleh bank yang berdasarkan prinsip konvensional kepada nasabah yang membeli atau menjual produknya. Bunga juga dapat diartikan sebagai harga yang harus dibayar kepada nasabah (yang memiliki simpanan) dengan yang harus dibayar oleh nasabah kepada bank (nasabah yang memperoleh pinjaman).

Bunga adalah imbalan jasa atas pinjaman uang, imbalan jasa ini merupakan suatu kompensasi kepada pemberi pinjaman atas manfaat ke depan dari uang pinjaman tersebut apabila diinvestasikan. Jumlah pinjaman tersebut disebut “pokok utang” (*principal*). Persentase dari pokok utang yang dibayarkan sebagai imbalan jasa (bunga) dalam suatu periode tertentu disebut “suku bunga”.

### **2.1.4.2 Jenis Bunga Bank**

(Kasmir, 2012: 114) dalam kegiatan perbankan sehari-hari ada 2 macam bunga yang diberikan kepada nasabahnya yaitu:

1. Bunga Simpanan

Yaitu bunga yang diberikan sebagai rangsangan atau balas jasa bagi nasabah yang menyimpan uangnya di bank. Bunga simpanan adalah harga yang harus dibayar bank kepada nasabahnya. Contohnya, jasa giro bunga tabungan dan bunga deposito.

2. Bunga Pinjaman/Kredit

Bunga yang diberikan kepada para peminjam atau harga yang harus dibayar oleh nasabah peminjam kepada bank. Contohnya bunga kredit.

#### **2.1.4.3 Indikator-Indikator yang mempengaruhi Tingkat Suku Bunga**

(Kasmir, 2012: 115) mengemukakan faktor-faktor utama yang mempengaruhi besar kecilnya penetapan suku bunga secara garis besar sebagai berikut:

##### **1. Kebutuhan Dana**

Apabila permohonan pinjaman meningkat, maka yang dilakukan oleh bank agar dana tersebut cepat terpenuhi dengan meningkatkan suku bunga simpanan. Secara otomatis bila hal tersebut dilakukan maka suku bunga pinjaman juga akan mengalami peningkatan. Namun, apabila dana yang ada simpanan banyak sementara permohonan pinjaman sedikit, maka bunga simpanan akan turun.

##### **2. Persaingan**

Dalam menarik konsumen agar menyimpan uang dan melakukan pinjaman kepada sebuah bank, maka yang seharusnya dilakukan oleh bank adalah memperhatikan bunga simpanan dan bunga pinjaman yang ditawarkan oleh pesaing. Bila pesaing memberi harga untuk bunga simpanan sebesar 12% pertahun maka hendaknya bank yang bersangkutan memberikan harga di atas harga pesaing, namun dengan tetap memperhatikan harga bunga simpanan yang telah ditetapkan oleh BI.

3. Kebijakan Pemerintah

Bunga simpanan dan bunga pinjaman tidak boleh melebihi bunga yang sudah ditetapkan oleh pemerintah.

4. Target laba yang diinginkan

Harga bunga yang akan ditetapkan di dalamnya telah terkandung target laba yang diharapkan oleh pihak bank.

5. Jangka waktu

Semakin panjang jangka waktu pinjaman, akan semakin tinggi bunganya, hal ini disebabkan besarnya kemungkinan resiko di masa mendatang. Demikian pula sebaliknya.

6. Kualitas jaminan

Nilai jaminan yang dapat segera dicairkan, misalnya seperti sertifikat deposito harganya juga akan lebih tinggi bila dibandingkan dengan nilai jaminan yang tidak dapat segera dicairkan.

7. Reputasi perusahaan

Bonafiditas suatu perusahaan yang akan memperoleh kredit sangat menentukan tingkat suku bunga yang akan dibebankan nantinya, karena biasanya perusahaan yang bonafid kemungkinan besar resiko kredit macet di masa mendatang relatif kecil dan sebaliknya.

8. Produk yang kompetitif

Maksudnya adalah produk yang dibiayai tersebut tergolong laku di pasaran. Untuk produk yang kompetitif, bunga kredit yang diberikan relatif rendah jika dibandingkan dengan produk yang kurang kompetitif.



#### 9. Hubungan yang baik

Biasanya bank menggolongkan nasabahnya antara nasabah utama (primer) dan nasabah biasa (sekunder). Penggolongan ini didasarkan pada keaktifan serta loyalitas nasabah yang bersangkutan terhadap bank. Nasabah utama biasanya mempunyai hubungan yang baik dengan pihak bank sehingga dalam penentuan suku bunganya pun berbeda dengan nasabah biasa.

#### 10. Jaminan pihak ketiga

Dalam hal ini pihak yang memberikan jaminan kepada penerima kredit. Biasanya jika pihak yang memberikan jaminan bonafid, baik dari segi kemampuan membayar, nama baik maupun loyalitasnya terhadap bank, maka bunga yang dibebankan pun berbeda. Demikian pula sebaliknya.

### **2.1.5 Loyalitas Nasabah**

#### **2.1.5.1 Pengertian Loyalitas**

Loyalitas konsumen secara umum dapat diartikan kesetiaan seseorang atas suatu produk, baik barang maupun jasa tertentu. Loyalitas konsumen merupakan manifestasi dan kelanjutan dari kepuasan konsumen dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan, serta untuk tetap menjadi konsumen dari perusahaan tersebut. Loyalitas adalah bukti konsumen yang selalu menjadi pelanggan, yang memiliki kekuatan dan sikap positif atas perusahaan itu.

Griffin dalam Irawan (2008:71) bahwa konsep loyalitas lebih mengarah

kepada perilaku (*behavior*) dibandingkan dengan sikap (*attitude*) dan seorang pelanggan yang loyal akan memperlihatkan perilaku pembelian yang dapat diartikan sebagai pola pembelian yang teratur dan dalam waktu yang lama, yang dilakukan oleh unit-unit pembuat atau pengambil keputusan.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa loyalitas nasabah adalah puncak pencapaian pelaku bisnis perbankan. Nasabah yang puas dan setia tidak akan ragu untuk menjadi penyebar kabar baik yang selalu menyebarkan kebaikan mengenai produk perbankan yang di konsumsinya.

#### **2.1.5.2 Indikator-Indikator Loyalitas Nasabah**

Menurut Gremler dan Brown dalam (Hasan, 2008: 83) bahwa loyalitas pelanggan adalah pelanggan yang tidak hanya membeli ulang suatu barang dan jasa, tetapi juga mempunyai komitmen dan sikap yang positif terhadap perusahaan jasa, misalnya dengan merekomendasikan orang lain untuk membeli.

(Hasan, 2008: 84) mengemukakan bahwa loyalitas pelanggan merupakan kebiasaan perilaku pengulangan pembelian, keterkaitan dan keterlibatan yang tinggi pada pilihannya, dan bercirikan dengan pencarian informasi eksternal dan evaluasi alternatif.

Loyalitas dapat didefinisikan berdasarkan perilaku membeli sesuai dengan teori diatas yang dapat disimpulkan menjadi :

1. Melakukan pembelian berulang secara teratur (*repeat purchase*).

Pelanggan yang telah melakukan hubungan transaksi dengan perusahaan

dan merasa puas dengan apa yang diperoleh akan membentuk hubungan yang erat antara pelanggan dengan produk, sehingga pelanggan tersebut akan melakukan pembelian secara teratur.

2. Membeli antar lini produk dan jasa (*purchase across product lines*).

Pelanggan bukan hanya membeli produk satu jenis sesudah yang lainnya, tetapi mereka membeli aksesoris untuk produk mereka yang menambah item-item dari produk yang dibelinya.

3. Mereferensikan kepada orang lain (*referrals*).

Pelanggan yang selalu merekomendasikan produk kepada orang lain adalah aset terbesar bagi perusahaan. Pelanggan ini selain merekomendasikan akan selalu membeli produk dan merek perusahaan. Pelanggan akan menjadi juru bicara yang baik pada pelanggan lain dan pelanggan akan marah apabila ada orang lain menjelek-jelekan merek perusahaan.

4. Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing (*retention*).

Para pelanggan menolak untuk mengakui ada jenis-jenis produk lain. Mereka yakin dengan produk yang mereka gunakan saat ini, dan sulit untuk beralih ke produk yang lain. Mereka menganggap produk yang digunakan saat ini adalah sudah benar-benar sesuai dan indah karena mereka sudah percaya dengan produk yang saat ini digunakan.

### 2.1.5.3 Tingkatan Loyalitas Pelanggan

(Rangkuti, 2008: 61) loyalitas pelanggan memiliki tingkatan sebagaimana dapat dilihat pada diagram berikut ini :

Berdasarkan piramida loyalitas di atas dapat dijelaskan bahwa :

1. Tingkat loyalitas yang paling dasar adalah pembelian tidak loyal atau sama sekali tidak tertarik pada merek-merek apapun yang ditawarkan.
2. Tingkat kedua adalah para pembeli merasa puas dengan produk yang ia gunakan atau minimal tidak mengalami kekecewaan.
3. Tingkat ketiga berisi orang-orang yang puas, namun mereka memikul biaya peralihan (*switching cost*) baik dalam waktu, uang atau resiko sehubungan dengan upaya untuk melakukan pergantian ke merek lain.
4. Tingkat keempat adalah konsumen benar-benar menyukai merek tersebut. Pilihan mereka terhadap suatu merek dilandasi pada suatu asosiasi, seperti simbol, rangkaian pengalaman dalam menggunakannya, atau kesan kualitas yang tinggi.
5. Tingkat teratas adalah pada pelanggan yang setia, mereka mempunyai suatu kebanggaan dalam menemukan atau menjadi pengguna satu merek.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini dipaparkan untuk menjadi sebuah referensi dan perbandingan untuk penelitian ini, berikut adalah penelitian mengenai loyalitas nasabah:

(Jariah & Lumajang, 2013) dengan judul “Analisis Suku Bunga Kredit dan Kualitas Pelayanan serta Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Nasabah pada BPR di Lumajang”. Penelitian ini melakukan pengujian terhadap hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh variable suku bunga kredit dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada BPR di Lumajang secara parsial dan simultan atau bersama-sama. Metode penelitian yang digunakan adalah metode statistik regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa untuk variabel suku bunga kredit mempunyai pengaruh negatif yang signifikan atau hubungan berlawanan arah terhadap loyalitas nasabah, variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif yang signifikan atau hubungan searah terhadap loyalitas nasabah. Sedangkan secara simultan atau bersamasama variable suku bunga kredit dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap loyalitas nasabah pada BPR di Lumajang. Dengan koefisien determinasi (adjusted R<sup>2</sup>) sebesar 0,387, yang menunjukkan bahwa 38,7% loyalitas nasabah pada BPR di Lumajang dapat dijelaskan oleh variable suku bunga kredit dan kualitas pelayanan, sedangkan sisanya 61,3% loyalitas nasabah pada BPR di Lumajang dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

(Rahayu, 2014) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Hubungan, Pelanggan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Nasabah”. Penelitian ini merupakan penelitian survei. Data yang digunakan data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner. Dari total efek menunjukkan bahwa jalan yang efektif dalam upaya meningkatkan loyalitas pelanggan PD BPR BKK Boyolali adalah melalui berbagai upaya untuk meningkatkan variabel kualitas pelayanan karena selain efek positif yang signifikan juga memiliki nilai terbesar atau dominan. Boyolali pelayanan dijelaskan oleh variabel kualitas, hubungan pelanggan / hubungan, citra perusahaan / citra perusahaan dan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening dari 75,50% dan sisanya 24,50% dijelaskan oleh variabel lain di luar model kami, seperti: suku bunga, biaya administrasi bank, promosi, fasilitas pendukung lainnya.

(Tumangkeng, 2013) dengan judul “Kualitas Produk, Suku Bunga Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan KPR Bank BTN Cabang Manado”. Penelitian ini menggunakan survey, dengan metode penelitian asosiatif. Teknik analisis menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan secara simultan kualitas produk, suku bunga, dan kualitas layanan, berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, Secara parsial suku bunga berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan, dengan demikian hipotesis ditolak. Kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan KPR pada Bank BTN Cabang Manado.

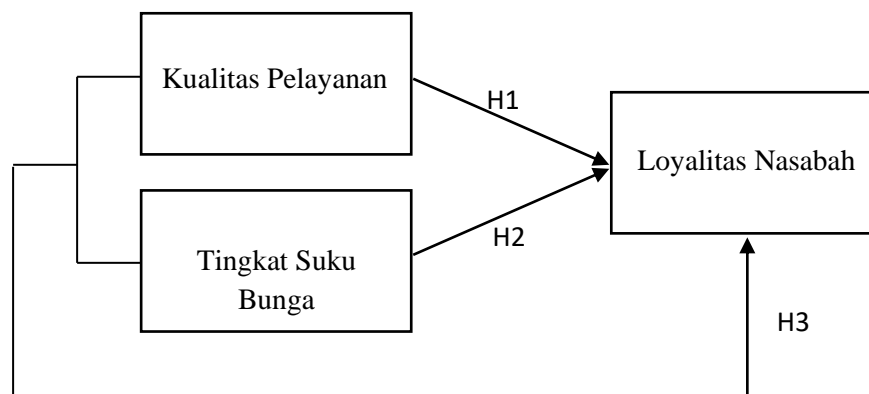
(Asie, 2014) “Analisis Kualitas Pelayanan Dan Tingkat Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT.Bank Pembangunan Daerah Kalimantan Tengah

(Bank Kalteng) Cabang Kasongan” dengan menggunakan analisis korelasi kanonikal. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan, kepuasan, dan loyalitas pelanggan cukup kualitatif, cukup puas dan cukup loyal dengan rata-rata adalah 3. Berdasarkan efek langsung, kualitas pelayanan terhadap royalti pelanggan adalah signifikan, sementara layanan kualitas terhadap kepuasan pelanggan adalah signifikan. Bahwa berdasarkan efek tidak langsung, kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan adalah lebih kecil 0,490 dari jalur langsung. Dengan kesalahan koefisien dan jumlah koefisien determinasi adalah  $R^2 = 0.459$  (45,90%), kemudian sisanya 54,10% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk ke model.

(Saputra, 2013) “Kualitas Layanan, Citra Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan pelanggan Pada PT Bank Bni 46 Sentra Kredit Kecil Surabaya”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai (B) sebesar 0,560. Kualitas layanan berpengaruh positif tidak signifikan terhadap loyalitas dengan nilai (B) sebesar 0,107. Citra perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai (B) sebesar -0,306. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai (B) sebesar 0,857. Terdapat pengaruh tidak langsung dan signifikan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebesar 0,243. Citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebesar 0,480.

## 2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran bertujuan untuk mempermudah suatu proses penelitian. Dalam kerangka pemikiran dapat diketahui variabel apa saja yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah terhadap perusahaan. Oleh karena itu, kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dijabarkan dalam suatu model dimana variabel kualitas pelayanan dan tingkat suku bunga merupakan variabel bebas (X) dan minat menabung nasabah merupakan variabel terikat (Y). Dari uraian di atas, maka hubungan itu dapat dilihat dalam gambar berikut:



**Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran**

## 2.4 Hipotesis

(Sugiyono, 2013: 93) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Oleh karena itu, rumusan penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawabannya



belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi, hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai penelitian, belum jawaban yang empirik.

H1: Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di BPR Dana Nusantara di Kota Batam.

H2: Tingkat Suku Bunga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di BPR Dana Nusantara di Kota Batam.

H3: Kualitas Pelayanan dan Tingkat Suku Bunga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di BPR Dana Nusantara di Kota Batam.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Desain Penelitian**

(Noor, 2012: 108) menyatakan bahwa desain penelitian adalah semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian. Dalam hal ini, komponen desain dapat mencakup semua struktur penelitian diawali saat menemukan ide, menentukan tujuan, kemudian merencanakan penelitian, (permasalahan, merumuskan, menentukan tujuan penelitian, sumber informasi dan melakukan kajian dari berbagai pustaka, menentukan metode yang digunakan, analisis data dan menguji hipotesis untuk mendapatkan hasil penelitian).

Desain penelitian dalam penelitian ini digunakan desain penelitian kausalitas yaitu desain penelitian yang disusun untuk meneliti kemungkinan adanya hubungan sebab-akibat antar variabel (Sanusi, 2011: 14). Variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitas pelayanan dan tingkat suku bunga sebagai variabel independen dan loyalitas nasabah sebagai variabel dependen pada PT Bank Perkreditan Rakyat Dana Nusantara.

#### **3.2 Operasional Variabel**

(Sugiyono, 2013: 39) Definisi operasional variable dalam penelitian ini dapat dijelaskan dan diuraikan sebagai berikut :

1. Variabel Independen

Variabel Independen disebut Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya dan timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini variabel independen adalah tingkat suku bunga (x1) dan kualitas pelayanan (x2).

2. Variabel Dependen

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel dependen adalah minat menabung nasabah (y).

### 3.2.1 Variabel Independen

(Sugiyono, 2009: 59) menyatakan bahwa variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Dalam penelitian ini, variabel independen (X1) dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan.

(Tjiptono, 2008: 68) dalam penelitian ini menggunakan lima indikator yang mencirikan kualitas pelayanan, yaitu:

1. Berwujud (*tangible*)

Yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan, kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan lingkungan sekitar adalah bukti fasilitas fisik atau gedung, gudang, penampilan karyawan, dan lain sebagainya.

2. Reliabilitas (*reliability*)

Yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan dengan cepat, tepat, akurat, dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.

3. Ketanggapan (*responsiveness*)

Yaitu berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespons permintaan mereka, serta menginformasikan kapan pelayanan akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara tepat.

4. Jaminan (*assurance*)

Yaitu perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan.

5. Empati (*emphaty*)

Yaitu perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.

Variabel independen (X2) dalam penelitian ini adalah tingkat suku bunga, (Kasmir, 2012: 115) tingkat suku bunga menggunakan indikator sebagai berikut:

1. Kebutuhan Dana

Apabila permohonan pinjaman meningkat, maka yang dilakukan oleh bank

agar dana tersebut cepat terpenuhi dengan meningkatkan suku bunga simpanan. Secara otomatis bila hal tersebut dilakukan maka suku bunga pinjaman juga akan mengalami peningkatan. Namun, apabila dana yang ada simpanan banyak sementara permohonan pinjaman sedikit, maka bunga simpanan akan turun.

## 2. Persaingan

Dalam menarik konsumen agar menyimpan uang dan melakukan pinjaman kepada sebuah bank, maka yang seharusnya dilakukan oleh bank adalah memperhatikan bunga simpanan dan bunga pinjaman yang ditawarkan oleh pesaing. Bila pesaing memberi harga untuk bunga simpanan sebesar 12% pertahun maka hendaknya bank yang bersangkutan memberikan harga di atas harga pesaing, namun dengan tetap memperhatikan harga bunga simpanan yang telah ditetapkan oleh BI.

## 3. Kebijakan Pemerintah

Bunga simpanan dan bunga pinjaman tidak boleh melebihi bunga yang sudah ditetapkan oleh pemerintah.

## 4. Target laba yang diinginkan

Harga bunga yang akan ditetapkan di dalamnya telah terkandung target laba yang diharapkan oleh pihak bank.

## 5. Jangka waktu

Semakin panjang jangka waktu pinjaman, akan semakin tinggi bunganya, hal ini disebabkan besarnya kemungkinan resiko di masa mendatang. Demikian pula sebaliknya.

6. Kualitas jaminan

Nilai jaminan yang dapat segera dicairkan, misalnya seperti sertifikat deposito harganya juga akan lebih tinggi bila dibandingkan dengan nilai jaminan yang tidak dapat segera dicairkan.

7. Reputasi perusahaan

Bonafiditas suatu perusahaan yang akan memperoleh kredit sangat menentukan tingkat suku bunga yang akan dibebankan nantinya, karena biasanya perusahaan yang bonafid kemungkinan besar risiko kredit macet di masa mendatang relatif kecil dan sebaliknya.

8. Produk yang kompetitif

Maksudnya adalah produk yang dibiayai tersebut tergolong laku di pasaran. Untuk produk yang kompetitif, bunga kredit yang diberikan relatif rendah jika dibandingkan dengan produk yang kurang kompetitif.

9. Hubungan yang baik

Biasanya bank menggolongkan nasabahnya antara nasabah utama (primer) dan nasabah biasa (sekunder). Penggolongan ini didasarkan pada keaktifan serta loyalitas nasabah yang bersangkutan terhadap bank. Nasabah utama biasanya mempunyai hubungan yang baik dengan pihak bank sehingga dalam penentuan suku bunganya pun berbeda dengan nasabah biasa.

10. Jaminan pihak ketiga

Dalam hal ini pihak yang memberikan jaminan kepada penerima kredit. Biasanya jika pihak yang memberikan jaminan bonafid, baik dari segi

kemampuan membayar, nama baik maupun loyalitasnya terhadap bank, maka bunga yang dibebankan pun berbeda. Demikian pula sebaliknya.

### 3.2.2 Variabel Dependen

(Sugiyono, 2009: 59) menyatakan bahwa variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variable independen.

Secara terperinci, definisi operasional variabel penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel**

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
Kualitas Pelayanan (X1)	Tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan .	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Berwujud</li> <li>2. Reliabilitas</li> <li>3. Ketanggapan</li> <li>4. Jaminan</li> <li>5. Empati</li> </ol>	Likert
Tingkat Suku Bunga (X2)	Balas jasa yang diberikan oleh bank yang berdasarkan prinsip konvensional kepada nasabah yang membeli atau menjual produknya.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kebutuhan Dana</li> <li>2. Persaingan</li> <li>3. Kebijakan Pemerintah</li> <li>4. Target Laba yang Diinginkan</li> <li>5. Jangka Waktu</li> <li>6. Kualitas Jaminan</li> <li>7. Reputasi Perusahaan</li> <li>8. Produktif yang Kompetitif</li> <li>9. Hubungan yang Baik</li> <li>10. Jaminan Pihak Ketiga</li> </ol>	Likert
Loyalitas Nasabah (Y)	Kesetiaan seseorang atas suatu produk, baik barang maupun jasa tertentu	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melakukan pembelian berulang secara teratur</li> <li>2. Membeli antarlini produk dan jasa</li> <li>3. Mereferensikan kepada orang lain</li> <li>4. Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing</li> </ol>	Likert

--	--	--	--

Sumber: (Tjiptono, 2008: 68), (Kasmir, 2012: 115)

### **3.3 Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi**

(Sugiyono, 2013: 80) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya.

Sedangkan (Sanusi, 2011: 87) populasi adalah elemen yang menunjukkan ciri-ciri tertentu yang dapat digunakan untuk membuat kesimpulan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah pada PT Bank Perkreditan Rakyat yang masih aktif dalam melakukan transaksi. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 2657 orang nasabah.

#### **3.3.2 Sampel**

(Sugiyono, 2013: 80) menyatakan bahwa sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Oleh karena populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, dengan berbagai alasan misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti menggunakan rumus slovin untuk menarik sampel. Standar error yang digunakan sebesar 10%, sehingga sampel penelitian ini berjumlah 118 orang. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representative.



### Rumus 3.1. Rumus Slovin

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$N = \frac{2657}{1 + 2657(0.10)^2} = 117.97 = 118$$

## 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data sangat penting dalam sebuah penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik pengumpulan data mengajukan pernyataan dalam bentuk kuesioner yang disebar kepada para responden dan menggunakan teknik simple random sampling untuk mempermudah mengumpulkan data.

### 3.4.1 Kuesioner

(Sanusi, 2011: 109) menyatakan bahwa Kuesioner dapat diberikan kepada responden melalui beberapa cara yaitu : (1) disampaikan langsung oleh peneliti kepada responden; (2) dikirim bersama-sama dengan barang lain, seperti paket, majalah, dan sebagainya; (3) ditempatkan di tempat-tempat yang ramai dikunjungi orang; (4) dikirim melalui pos, faksimili, atau menggunakan teknologi computer seperti email.

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. (Noor, 2012: 128) skala likert merupakan teknik mengukur sikap dimana subyek

diminta untuk mengindikasikan tingkat kesetujuan atau ketidaksetujuan mereka terhadap masing-masing pernyataan. Pernyataan responden yang ditunjukkan dengan angka 1 sampai dengan 5, dimana 1 menunjukkan tingkat paling rendah dan 5 menunjukkan tingkat paling tinggi.

### **3.5 Metode Analisa Data**

(Sanusi, 2011: 115) teknik analisis data adalah mendeskripsikan teknik analisis data apa yang akan digunakan oleh peneliti untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan termasuk pengujiannya. Dalam penelitian ini, teknik analisis yang digunakan adalah teknik analisis kuantitatif yang akan mencari pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen.

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Setelah data diperoleh dari sampel yang mewakili populasi langkah berikutnya adalah menganalisisnya untuk menguji hipotesis penelitian.

#### **3.5.1 Analisis Deskriptif**

Setelah ditetapkan indikator dari variabel yang ada, maka langkah selanjutnya adalah mengadakan pengukuran atas variabel-variabel tersebut. Adapun pengukuran yang digunakan untuk mengukur tanggapan responden adalah dengan menggunakan skala Likert.

(Sugiyono, 2013: 168) skala Likert digunakan untuk mengukur sikap,

pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik-tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Untuk keperluan dianalisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor misalnya:

1. Sangat setuju diberi skor (5)
2. Setuju diberi skor (4)
3. Ragu-ragu diberi skor (3)
4. Tidak setuju diberi skor (2)
5. Sangat tidak setuju diberi skor (1)

### **3.5.2 Uji Kualitas Data**

Data yang diperoleh dari penggunaan kuesioner sebagai alat pengumpulan data selanjutnya perlu dilakukan analisis dengan menggunakan uji validitas data dan uji reliabilitas data.

#### **3.5.2.1 Uji Validitas Instrumen**

(Wibowo, 2012: 35) menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana ketetapan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melaksanakan fungsi ukurannya. Pengujian validitas dapat menggunakan cara

yang paling umum yaitu penggunaan Korelasi *Bivariate Pearson* (*Pearson Product Moment*). Validitas suatu item pertanyaan bisa didapatkan dengan cara membandingkan nilai koefisien korelasi  $r_{hitung}$  terhadap nilai  $r_{tabel}$ .

Dalam menentukan kelayakan dan tidaknya suatu item yang akan digunakan biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf 0,05 artinya suatu item dianggap memiliki tingkat keberterimaan atau valid jika memiliki korelasi signifikan terhadap skor total item. Jika suatu item memiliki nilai capaian koefisien korelasi minimal 0.30 dianggap memiliki daya pembeda yang cukup memuaskan atau dianggap valid. Berikut tabel yang menggambarkan range validitas:

**Tabel 3.2.** Tingkat Validitas

Interval Koefisien Korelasi	Tingkat Hubungan
0,80 – 1,000	Sangat Kuat
0,60 – 0,799	Kuat
0,40 – 0,599	Cukup kuat
0,20 – 0,399	Rendah
0,00 – 0,199	Sangat Rendah

**Sumber:** (Wibowo, 2012: 36)

### 3.5.2.2 Uji Reliabilitas Instrumen

(Sanusi, 2011: 80) menyatakan bahwa reliabilitas adalah suatu alat pengukur menunjukkan konsistensi hasil pengukuran sekiranya alat pengukur itu digunakan oleh orang yang sama dalam waktu yang berlainan atau digunakan oleh orang yang berlainan dalam waktu yang bersamaan atau waktu yang berlainan.

(Wibowo, 2012: 53) menyatakan bahwa reliabilitas merupakan indeks yang

menunjukkan sejauh mana alat pengukur dapat menunjukkan sejauh mana alat pengukur dapat dipercaya atau tidak. Uji ini digunakan untuk mengetahui dan mengukur tingkat konsistensi alat ukur. Untuk mengetahui apakah suatu variabel reliabel atau tidak digunakan uji *Cronbach's Alpha*. Nilai uji dibuktikan dengan menggunakan uji dua sisi pada taraf signifikansi 0.05. Kriteria diterima atau tidaknya suatu data reliabel atau tidak jika; nilai alpha lebih besar dari pada nilai kritis product moment, atau nilai r tabel. Dapat pula dilihat dengan menggunakan nilai batasan penentu, yaitu 0.6. Berikut adalah tabel kriteria indeks koefisien reliabilitas:

**Tabel 3.3.** Indeks Koefisien Reliabilitas

No	Nilai Interval	Kriteria
1	< 0,20	Sangat rendah
2	0,20 – 0,399	Rendah
3	0,40 – 0,599	Cukup
4	0,60 – 0,799	Tinggi
5	0,80 – 1,00	Sangat Tinggi

**Sumber:** (Wibowo, 2012: 53)

### 3.5.3 Uji Asumsi Klasik

(Wibowo, 2012: 61) menyatakan bahwa uji asumsi digunakan untuk memberikan uji awal terhadap suatu perangkat atau instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data, bentuk data, dan jenis data yang akan diproses lebih lanjut dari suatu kumpulan data awal yang telah diperoleh.

### 3.5.3.1 Uji Normalitas

(Wibowo, 2012: 61) menyatakan bahwa uji normalitas dilakukan guna mengetahui apakah nilai residu (perbedaan yang ada) yang diteliti memiliki distribusi normal atau tidak normal. Nilai residu yang berdistribusi normal akan membentuk suatu kurva yang digambarkan akan berbentuk lonceng atau *bell-shaped*.

Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan *histogram regression residual* yang sudah distandarkan, analisis *Chi Square* dan juga menggunakan nilai *Kolmogorov-Smirnov*. Karena nilai residual terstandarisasi dikatakan normal jika: Nilai *Kolmogorov-Smirnov*  $Z < Z_{\text{tabel}}$ ; atau menggunakan Nilai *Probability Sig (2 tailed)*  $> \alpha$  ;  $\text{sig} > 0,05$ .

### 3.5.3.2 Uji Multikolinieritas

(Wibowo, 2012: 87) menyatakan bahwa gejala multikolinieritas dapat diketahui dengan menggunakan atau melihat *tool* uji yang disebut *Variance Inflation Factor* (VIF).

Caranya adalah dengan melihat nilai masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Jika nilai VIF kurang dari 10, menunjukkan model tidak terdapat gejala multikolinieritas, artinya tidak terdapat hubungan antara variabel bebas.

### 3.5.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi

ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Ada beberapa cara yang dapat dilakukan untuk melakukan uji heteroskedastisitas, yaitu uji grafik plot, uji park, uji glejser, dan uji *white*. Pengujian pada penelitian ini menggunakan Grafik *Plot* antara nilai prediksi variabel dependen yaitu *ZPRED* dengan residualnya *SRESID*. Tidak terjadi heteroskedastisitas apabila tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. (Ghozali, 2011: 139-143)

### 3.5.4 Uji Pengaruh

#### 3.5.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis linear berganda digunakan untuk menguji hubungan antara satu variabel dependen dengan dua atau lebih variabel independen.

(Wibowo, 2012: 126) menyatakan bahwa model regresi linear berganda adalah suatu bentuk hubungan linear antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependennya. Di dalam penggunaan analisis ini beberapa hal yang bisa dibuktikan adalah bentuk dan arah hubungan yang terjadi antara variabel independen dan variabel dependen, serta dapat mengetahui nilai estimasi atau prediksi nilai dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependennya. Regresi berganda dapat dinotasikan sebagai berikut:

$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots + b_nX_n$	<b>Rumus 3.2.</b> Regresi Linear Berganda
Keterangan:	

$Y$  = Variabel dependen

$a$  = Nilai konstanta

$b$  = Nilai koefisien regresi

$X_1$  = Variabel independen pertama

$X_2$  = Variabel independen kedua

$X_3$  = Variabel independen ketiga

$X_n$  = Variabel independen ke –  $n$

#### **3.5.4.2 Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

(Wibowo, 2012: 135) menyatakan bahwa analisis ini digunakan dalam hubungannya untuk mengetahui jumlah atau persentase sumbangan variabel bebas dalam model regresi yang secara serentak atau bersama-sama memberikan pengaruh terhadap variabel tidak bebas. Jadi koefisien angka yang ditunjukkan memperlihatkan sejauh mana model yang terbentuk dapat menjelaskan kondisi yang sebenarnya. Koefisien tersebut dapat diartikan sebagai besaran proporsi atau persentase keragaman  $Y$  atau variabel terikat yang diterangkan oleh  $X$  atau variabel bebas.

(Wibowo, 2012: 121) menyatakan bahwa koefisien determinasi merupakan nilai yang digunakan untuk melihat sejauh mana model yang terbentuk dapat menjelaskan kondisi yang sebenarnya. Nilai ini merupakan pendugaan data yang diobservasi atau diteliti. Nilai  $R^2$  dapat diinterpretasikan sebagai persentase nilai yang menjelaskan keragaman nilai  $Y$ , sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti.



Nilai  $R^2$  (koefisien determinasi) ini untuk melihat kemampuan variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen. Nilai  $R^2$  mempunyai *range* antara 0 (nol) sampai dengan 1 (satu). Tampilan di program SPSS ditunjukkan dengan melihat besarnya *adjusted R<sup>2</sup>* pada tampilan *model summary*.

Koefisien determinasi dengan menggunakan dua buah variabel independen, maka rumusnya adalah sebagai berikut:

$$R^2 = \frac{(ryx_1)^2 + (ryx_2)^2 - 2(ryx_1)(ryx_2)(rx_1x_2)}{1 - (rx_1x_2)^2}$$

**Rumus 3.3.** Koefisien Determinasi

Dimana:

$R^2$  = Koefisien Determinasi

$ryx_1$  = Korelasi variable X1 dengan Y

$ryx_2$  = Korelasi variable X2 dengan Y

$rx_1x_2$  = Korelasi variable X1 dengan variable X2

### 3.5.5 Uji Hipotesis

(Sanusi, 2011: 144) uji hipotesis sama artinya dengan menguji signifikansi koefisien regresi linier berganda secara parsial yang sekait dengan pernyataan hipotesis penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti hanya menggunakan dua metode untuk uji hipotesis, yaitu uji t dan uji F.

#### 3.5.5.1 Uji t (Uji Parsial)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel penjelas

secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Rumusnya adalah (Sugiyono, 2009: 223) :

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \quad \text{Rumus 3.4. Uji t}$$

Dimana:

t = Nilai thitung yang selanjutnya dikonsultasikan dengan ttabel

r = Korelasi parsial yang ditemukan

n = Jumlah sampel

Dasar pengambilan keputusan pengujian adalah:

Jika thitung > ttabel maka H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>1</sub> diterima

Jika thitung < ttabel maka H<sub>0</sub> diterima dan H<sub>1</sub> ditolak

H<sub>0</sub> = Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah

H<sub>1</sub> = Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah

H<sub>0</sub> = Tingkat Suku Bunga tidak berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah

H<sub>1</sub> = Tingkat Suku Bunga berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah

### 3.5.5.2 Uji F (Uji Simultan)

Uji F dilakukan dengan tujuan menguji pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Rumus untuk mencari F (Sugiyono, 2009: 171) adalah sebagai berikut:

$$F = \frac{MK_{ant}}{MK_{dal}} \quad \text{Rumus 3.4. Uji F}$$

Dimana:

$F$  = Nilai  $F$  yang dihitung

$MK_{ant}$  = Mean kuadrat antar kelompok

$MK_{dal}$  = Mean kuadrat dalam kelompok

Nilai  $F$  hitung ini akan dibandingkan dengan nilai  $F$  tabel dengan  $dk$  pembilang  $(m - 1)$  dan  $dk$  penyebut  $(N - 1)$ . Kaidah yang digunakan dalam uji ini:

1.  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak jika  $F$  hitung  $\leq F$  tabel
2.  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima jika  $F$  hitung  $> F$  tabel

### 3.6 Lokasi dan Jadwal Penelitian

#### 3.6.1 Lokasi Penelitian

Lokasi pada penelitian ini bertempat di PT Bank Perkreditan Rakyat Dana Nusantara cabang Nagoya di Batam, Indonesia. Penelitian ini dilakukan kepada responden (nasabah bank).

#### 3.6.2 Jadwal Penelitian

**Tabel 3.4.** Jadwal Penelitian

Nama Kegiatan	September		Oktober				November		Desember				Januari	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Studi Kepustakaan														
Penentuan Topik														
Penentuan Judul														
Penelitian Lapangan														

