

Customer Loyalty Factors Influence On Pt. Bank Sul Selbar Main Branch Makassar

Dian Anggriani Utina¹, Adrianus Parenden², Junaidin³

^{1,2,3} STIE Amkop Makassar

Abstrak

Introduction Factors influencing customer loyalty In the era of globalization, business competition between companies is very tight on customer loyalty due to the bank's image in the eyes of society, services are reluctant to switch. Problem. bank image, trust, shared service. Quantitative method, measurement obtained through a questionnaire. Population, customers of PT. Bank Sulsebar Makassar Branch totaled 2,594 people. purposive sample. Multiple linear regression analysis of the path analysis model tests the effect of bank image (X1), trust (X2), service (X3), on customer satisfaction (Y1) customer loyalty (Y2). Testing the independent variables on the dependent variable is the F test. Statistical results $F_{count} = 17,338 > F_{table} = 2.704$. significance 0.05, conclusion, significant between bank image, customer trust, service to customer satisfaction. coefficient value of 0.273, customer trust. 0.223. service has a regression coefficient. 0.297, the most dominant influence customer service satisfaction PT. Bank Sulsebar Makassar Branch.

Keywords: Factors, Loyalty, Customers, bank

Copyright (c) 2024 Dian Anggriani Utina

✉ Corresponding author :

Email Address : diananggrianiutina@gmail.com

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi persaingan bisnis antar perusahaan sangat ketat baik perusahaan yang bergerak di bidang industri maupun jasa, perusahaan yang ingin tetap unggul harus dapat memberikan produk atau jasa yang berkualitas dengan harga yang lebih murah, penyerahan lebih cepat dan pelayanan yang lebih baik, hal ini disebabkan karena adanya *increasingly competitive competition* dengan *other competing companies*. *banking services business*, perkembangan teknologi dan arus informasi membuat nasabah menuntut lebih atas sebuah produk dan jasa. Berbagai strategi dipilih oleh para marketer untuk bertahan di tengah badai persaingan global. Tujuan utama untuk mencapai loyalitas nasabah dikarenakan hal ini sangat menguntungkan bagi perusahaan. untuk mempertahankan nasabah adalah dengan terbentuknya loyalitas pelanggan (customer loyalty), yang merupakan kunci untuk mempertahankan hidup sebuah perusahaan dalam jangka panjang. Untuk mencapai tujuan tersebut, maka perlu diukur dan diidentifikasi pengaruh dari citra perusahaan (corporate image), kepercayaan nasabah, kepuasan nasabah (customer satisfaction), dan pelayanan (service). Keempat variabel ini sangat berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada perusahaan. disebabkan karena dengan adanya citra bank yang baik di mata nasabah atau

masyarakat dapat dibangun melalui pelayanan yang baik pula dari karyawan sehingga akan menjadikan nasabah enggan untuk beralih ke bank lain. Apabila citra bank yang baik di mata nasabah dan ditunjang oleh jaminan keamanan atas tabungan nasabah, dan hendak bertransaksi maka nasabah akan loyal atau setia, begitu pula dengan adanya kepercayaan nasabah untuk menyimpan dananya, serta kepuasan nasabah akan tercapai apabila pelayanan yang diberikan oleh bank dapat memenuhi harapan dan keinginan nasabah. menguntungkan bagi perusahaan. Selain dari pada citra, kepuasan nasabah, dan kepercayaan maka pelayanan berkualitas diyakini semakin kuat untuk menciptakan loyalitas nasabah, sedangkan kepuasan nasabah menjadi faktor yang memengaruhi. memperkuat pelayanan (service) terhadap loyalitas nasabah. Untuk meningkatkan loyalitas nasabah pada PT. Bank Sulselbar Cabang Makassar, maka perusahaan perlu memerhatikan factor yang memengaruhi loyalitas nasabah seperti, citra bank, kepercayaan nasabah, pelayanan, kepuasan terhadap produk-produk perbankan yang ditawarkan maupun jasa pelayanan (quality service) yang diberikan oleh karyawan pada PT. Bank Sulselbar. Nasabah yang loyal atau setia akan memberikan keuntungan yang besar kepada perusahaan, selain itu nasabah yang loyal akan selalu membela perusahaan bahkan berusaha pula untuk menarik dan memberi saran kepada nasabah lain untuk menjadi nasabah pada PT. Bank Sulselbar Cabang Makassar. Berdasarkan uraian tersebut di atas, penulis tertarik dalam memilih judul. Faktor loyalitas nasabah Mempengaruhi Pada PT. Bank Sulselbar Cabang Makassar.

Menurut, Kasali (2005:53) bahwa Definisi pemasaran menurut *American Marketing Association* (AMA) Beberapa ahli juga mengemukakan pendapatnya mengenai definisi pemasaran. Nitisemito dalam Lupiyoadi (2006:31), pemasaran menurut Kotler (2008:10) yaitu : "Pemasaran adalah proses sosial yang dengan mana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain. Pengertian Loyalitas, Perubahan lingkungan ekonomi yang berdampak pada proses keputusan beli nasabah. Menurut Subagyo (2010:13) berpendapat bahwa, Loyalitas nasabah merupakan pembelian ulang sebuah merek secara konsisten oleh nasabah. Selanjutnya Dick dan Basu dalam Umar (2003:16) mengemukakan bahwa: Loyalitas nasabah sebagai komitmen nasabah terhadap suatu merek dan pemasok, berdasarkan sikap yang positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten. Kasmir (2008 : 230) mengemukakan bahwa nasabah adalah raja artinya seorang raja harus dipenuhi semua keinginan dan kebutuhannya. Menurut undang-undang No.10 tahun 1998 pasal 1 ayat 16 (2009 : 69) nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank. Barata (2006 : 9) menyatakan bahwa suatu pelayanan akan terbentuk karena adanya proses pemberian layanan tertentu dari pihak penyedia layanan kepada pihak yang dilayani. Tjiptono (2005:349) mengemukakan bahwa Kepuasan nasabah adalah tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk jasa. Sumarwan (2003:322) mengemukakan Kepuasan dan ketidakpuasan nasabah merupakan dampak dari perbandingan antara harapan konsumen sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh konsumen dari produk yang dibeli tersebut. dilakukan Gisha Navitasari (2011) yang meneliti mengenai analisis factor yang memengaruhi loyalitas nasabah studi kasus di Bank Jateng Cabang Koordinator Semarang. Selanjutnya penelitian Andi Krismanto (2009) yang meneliti mengenai analisis faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas nasabah (Studi Kasus pada PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Semarang Pattimura).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dimaksudkan untuk menjelaskan kedudukan-kedudukan variabel yang akan diteliti serta hubungan antar satu variabel dengan variabel yang lain atau dengan kata lain untuk melihat hubungan variabel independen (citra bank, kepercayaan dan pelayanan) terhadap variabel dependen yaitu loyalitas dan kepuasan nasabah. Penelitian kausalitas diarahkan untuk menggambarkan adanya hubungan sebab akibat antara beberapa situasi yang digambarkan dalam variabel dan atas dasar itulah kemudian akan ditarik kesimpulan umum. pada PT. Bank Sulselbar Cabang Makassar berlokasi di Jalan DR. Ratulangi No.16. Sedangkan waktu penelitian diperkirakan kurang lebih satu bulan dimulai dari bulan Oktober sampai dengan bulan Agustus 2023. **Jenis dan Sumber Data.** yang digunakan dalam penelitian ini adalah : Data kualitatif, yaitu data yang berupa citra Bank, kepercayaan nasabah, pelayanan, kepuasan terhadap loyalitas nasabah yang diperoleh melalui hasil kuesioner. Data kuantitatif, yaitu data yang berupa besarnya jumlah nasabah, serta data lainnya yang menunjang pokok pembahasan ini. Data primer yang diperlukan untuk melakukan pengukuran yang diperoleh langsung melalui kuisisioner yang diberikan kepada nasabah pada PT. Bank Sulselbar Cabang Makassar. **Populasi dan sampel.** Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah nasabah pada PT. Bank Sulselbar Cabang Makassar yang berjumlah 2.594 orang. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel yang dipilih dengan kriteria tertentu dan sampel adalah nasabah yang merupakan nasabah PT. Bank Sulselbar Cabang Makassar. **Metode Analisis.** Analisis regresi linear berganda dengan analisis jalur yakni suatu model analisis jalur untuk menguji pengaruh antara citra bank (X_1), kepercayaan (X_2), layanan (X_3), terhadap kepuasan nasabah (Y_1) dan loyalitas nasabah (Y_2) dengan program SPSS versi 20. Persamaan regresi oleh Riduan dan Akdon (2007:142) yaitu :

$$Y_1 = b_0 + \beta_{Y_1X_1}X_1 + \beta_{Y_1X_2}X_2 + \beta_{Y_1X_3}X_3 + e_i$$

$$Y_2 = b_0 + \beta_{Y_2X_1}X_1 + \beta_{Y_2X_2}X_2 + \beta_{Y_2X_3}X_3 + e_i$$

Keterangan di mana :

Y_1 = Variabel endogen (Kepuasan pelanggan)

Y_2 = Variabel endogen (Loyalitas pelanggan)

X_1 = Variabel eksogen (Citra bank)

X_2 = Variabel eksogen (Kepercayaan)

X_3 = Variabel eksogen (Layanan)

$b_0, \beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Koefisien regresi

Pengujian Hipotesis

Terima H_0 tolak H_a , jika nilai signifikansi $t > 0,05$.

Tolak H_0 terima H_a , jika nilai signifikansi $t < 0,05$.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi identitas responden menggambarkan beberapa kondisi responden dalam hal ini adalah nasabah pada PT. Bank Sulselbar Cabang Makassar, yang ditampilkan secara deskriptif. Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1.	Pria	50	52,1
2.	Wanita	46	47,9

Total	96	100
-------	----	-----

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.1 menunjukkan bahwa dari 96 responden yang diteliti, maka responden terbanyak adalah yang berjenis kelamin pria sebanyak 50 orang atau 52,1%, kemudian untuk jenis kelamin wanita sebanyak 46 orang atau 47,9%. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah pada PT. Bank Sulsebar Cabang Makassar. menjadi sampel dalam penelitian ini sebagian besar pria. Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

No.	Usia	Jumlah	Persentase
1.	< 20 tahun	11	11,5
2.	20 - 35 tahun	33	34,4
3.	36 - 50 tahun	40	41,7
4.	> 50 tahun	12	12,5
Total		96	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel tersebut di atas menunjukkan bahwa dari 96 orang responden, maka umur responden yang terbesar dalam penelitian ini adalah antara 36-50 tahun yakni sebanyak 40 orang atau 41,7%, kemudian disusul responden yang berumur antara 20-35 tahun yakni sebanyak 33 orang atau 34,4%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa rata-rata umur nasabah PT. Bank Sulsebar Cabang Makassar adalah berusia antara 36-50 tahun. Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

No.	Jenis Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1.	PNS	10	10,4
2.	Pengusaha	37	38,5
3.	Karyawan swasta	35	36,5
4.	Pelajar/mahasiswa	11	11,5
5.	Ibu rumah tangga	3	3,1
Total		96	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.3, yakni karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan menunjukkan bahwa dari 96 responden yang diteliti, maka yang terbanyak adalah responden yang memiliki pekerjaan sebagai pengusaha yakni sebanyak 37 orang atau 38,5% kemudian responden yang mempunyai pekerjaan sebagai karyawan swasta yakni sebanyak 35 orang atau 36,5%, hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar jenis pekerjaan nasabah pada PT. Bank Sulsebar Cabang Makassar adalah pengusaha.

Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No.	Jenis Pendidikan	Jumlah	Persentase
1.	SMA	11	11,5
2.	Sarjana	66	68,6
3.	Lainnya	19	19,8
Total		96	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.4 menunjukkan bahwa dari 96 responden yang diteliti, maka jumlah responden terbanyak berdasarkan pendidikan terakhir adalah sarjana yakni sebanyak 66 orang atau 68,6%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah PT. Bank Sulsebar

Cabang Makassar adalah mempunyai pendidikan sebagai sarjana. Tabel 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

No.	Pendapatan	Jumlah	Persentase
1.	< Rp.1.000.000	11	11,5
2.	1.000.000-3.000.000	41	42,7
3.	> Rp.3.000.000	44	45,8
Total		96	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.5 yakni karakteristik responden berdasarkan pendapatan, nampak bahwa pendapatan responden yang terbesar dalam penelitian ini adalah di atas dari Rp.3.000.000 yakni sebanyak 44 orang atau 45,8%, kemudian disusul oleh responden yang mempunyai pendapatan antara Rp.1.000.000– Rp.3.000.000 yakni sebanyak 41 orang atau 42,7%. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata pendapatan nasabah pada PT. Bank Sulselbar Cabang Makassar adalah antara Rp.1.000.000–Rp.3.000.000. Deskripsi Variabel Penelitian (citra-bank, kepercayaan nasabah, pelayanan) terhadap kepuasan nasabah. dan loyalitas nasabah. Untuk melihat sejauh mana pengaruh citra bank, kepercayaan nasabah dan pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah maka dapat dilihat dari hasil jawaban responden melalui kuesioner yang disebarakan kepada responden yang menjadi sampel dalam penelitian yang dapat diuraikan satu persatu sebagai berikut : Tabel 4.6. Deskripsi Jawaban Responden atas Variabel Citra Bank

Kode Item	Pernyataan/Indikator	Tanggapan Responden					Mean
		STS	TS	CS	S	SS	
		1	2	3	4	5	
Ctr1	Citra atau image PT. Bank Sulselbar yang baik di mata masyarakat atau nasabah	4	13	48	30	10	3,11
Ctr2	Keamanan dana nasabah terjamin	3	5	44	43	1	3,35
Ctr3	Informasi produk bank yang akurat, jelas dan dapat dipercaya kebenarannya	1	7	43	43	2	3,39
Ctr4	Kemampuan PT. Bank Sulselbar memberikan kesan atau citra terbaik di hati nasabah	0	6	45	44	1	3,41

Sumber : Lampiran SPSS.22

Berdasarkan tabel deskripsi jawaban responden atas variabel citra bank, maka jawaban terbanyak responden adalah cukup setuju, dimana dapat dilihat dari nilai mean atau rata-rata yang tertinggi terdapat pada pernyataan kemampuan PT. Bank Sulselbar memberikan kesan atau citra terbaik di hati nasabah, kemudian mean yang terendah terdapat pada pernyataan citra atau image PT. Bank Sulselbar Cabang Makassar yang baik di mata masyarakat atau nasabah. Hal ini mengindikasikan bahwa dengan kemampuan bank memberikan kesan atau citra terbaik di hati nasabah, maka akan memberikan kepuasan dan loyalitas bagi nasabah untuk menyimpan dananya di PT. Bank Sulselbar Cabang Makassar. hasil uji reliabilitas mengenai citra bank, kepercayaan nasabah, pelayanan, kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah, nampak bahwa semua variabel yang diteliti sudah reliabel atau andal sebab memiliki nilai *cronbach's is alpha if item deleted* di atas dari 0,600. Bahwa instrumen yang dikatakan valid apabila memiliki nilai *corrected item total correlation* di atas dari 0,300, sehingga dari data

tersebut di atas maka dapat dikatakan bahwa untuk variabel citra, kepercayaan nasabah, pelayanan terhadap kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah dengan 18 item pernyataan dapat dikatakan valid atau sah karena memiliki nilai corrected item total correlation di atas dari 0,300.

Analisis Regresi Berganda. Pengaruh citra bank, kepercayaan nasabah dan pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Sulselbar Cabang Makassar. Berdasarkan estimasi regresi berganda dengan menggunakan program SPSS. 22 maka terlebih dahulu akan diketahui pengaruh citra bank, kepercayaan nasabah dan pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sulselbar Cabang Makassar yang dapat dilihat pada tabel berikut ini : Tabel 4.13. Hasil Regresi antara Citra Bank, Kepercayaan Nasabah dan Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah dengan Menggunakan SPSS Release 22.

Model	Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficient	t _{hitung}	Sig	Kep.
	B	Std. Error	Beta			
1. Constant	1,260	0,349		3,606	0,001	Sign
Citra bank	0,256	0,084	0,273	3,051	0,003	Sign
Kepercayaan nasabah	0,217	0,093	0,223	2,333	0,022	Sign
Pelayanan	0,224	0,072	0,297	3,114	0,002	Sign
R = 0,601						
R ² = 0,361						

Sumber : Lampiran SPSS.22

Berdasarkan tabel 4.13 maka dapat diketahui persamaan regresi yang terbentuk adalah:

$$Y_1 = b_0 + PY_1X_1 + PY_1X_2 + PY_1X_3 + e_i$$

$$Y_1 = 1,260 + 0,273 X_1 + 0,223 X_2 + 0,297 X_3$$

Dari persamaan regresi tersebut di atas maka dapat dijelaskan atau diartikan bahwa: Variabel citra bank, kepercayaan nasabah, dan pelayanan mempunyai arah koefisien yang bertanda positif terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sulselbar Cabang Makassar yakni sebesar 1,260%. Koefisien citra bank memberikan nilai sebesar 0,273 yang berarti bahwa jika citra bank semakin baik maka kepuasan nasabah akan mengalami peningkatan. Koefisien kepercayaan nasabah memberikan nilai sebesar 0,223 yang berarti bahwa jika kepercayaan nasabah semakin baik maka kepuasan nasabah akan mengalami peningkatan. Koefisien pelayanan nasabah memberikan nilai sebesar 0,297 yang berarti bahwa jika pelayanan nasabah semakin baik maka kepuasan nasabah akan mengalami peningkatan. Berdasarkan hasil analisis korelasi, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- Nilai R = 0,601 yang menunjukkan bahwa hubungan antara citra bank, kepercayaan nasabah dan pelayanan mempunyai hubungan yang kuat dan positif terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sulselbar Cabang Makassar karena nilai R mendekati 1.
- R² = 0,361 yang menunjukkan bahwa persentase pengaruh citra bank, kepercayaan nasabah dan pelayanan mampu menjelaskan sebesar 36,1% variasi dari kepuasan nasabah sedangkan sisanya sebesar 63,9% dipengaruhi oleh faktor lain, seperti : tingkat suku bunga, promosi dan lain sebagainya.

Pengaruh Kepuasan Nasabah (Y1) terhadap loyalitas nasabah (Y2)

Setelah mengetahui pengaruh citra bank, kepercayaan nasabah dan pelayanan terhadap kepuasan nasabah, maka selanjutnya akan dilihat sejauh mana pengaruh kepuasan nasabah tersebut terhadap loyalitas nasabah yang diolah dengan menggunakan program

komputerisasi SPSS 2022. yang dapat dilihat melalui tabel berikut ini : Tabel 4.14. Hasil Regresi antara Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah dengan Menggunakan SPSS Release 2022.

Model	Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficient	t _{hitung}	Sig	Kep.
	B	Std. Error	Beta			
1. Constant	2,566	0,326		7,867	0,000	Sign.
Kepuasan nasabah	0,294	0,088	0,326	3,341	0,001	Sign
R = 0,326						
R ² = 0,106						

Sumber : Lampiran SPSS.22

Berdasarkan tabel 4.14 maka dapat diketahui persamaan regresi yang terbentuk adalah:

$$Y_2 = b_0 + Y_1$$

$$Y_2 = 2,566 + 0,294$$

Dari persamaan regresi tersebut di atas maka dapat dijelaskan atau diartikan bahwa: nilai $b_0=2,566$ merupakan nilai konstan yang berarti bahwa dengan adanya kepuasan nasabah maka akan meningkatkan loyalitas nasabah, sedangkan nilai $b_1=0,294$ yang berarti bahwa apabila kepuasan nasabah meningkat maka akan memengaruhi loyalitas nasabah pada PT. Bank Sulsebar Cabang Makassar. Kemudian untuk melihat sejauh mana hubungan antara kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah maka diperoleh :

- a) Nilai $R=0,326$ atau sebesar 32,6% yang menunjukkan bahwa hubungan antara kepuasan nasabah mempunyai hubungan yang cukup kuat dan positif terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Sulsebar Cabang Makassar.
- b) $R^2 =0,106$ yang menunjukkan bahwa persentase pengaruh kepuasan nasabah mampu menjelaskan sebesar 10,6% variasi dari loyalitas nasabah sedangkan sisanya sebesar 89,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

untuk menguji sejauh mana pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah maka digunakan uji t. Pengujian dilakukan dengan melihat taraf signifikansi (pvalue), dimana diperoleh nilai $t_{hitung} 3,341 > t_{tabel} 1,661$, serta memiliki nilai pvalue $0,001 < 0,05$, karena t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} serta memiliki nilai pvalue yang terkecil, hal ini berarti bahwa kepuasan nasabah mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Sulsebar Cabang Makassar. Sedangkan untuk mengetahui secara serempak kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah, hasil perhitungan statistik menunjukkan bahwa nilai $F_{hitung} (11,165) > F_{tabel} (3,093)$, dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, maka diperoleh nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti bahwa kepuasan nasabah berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sulsebar Cabang Makassar.

Pengaruh citra bank, kepercayaan nasabah dan pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Sulsebar Cabang Makassar

Untuk melihat sejauh mana pengaruh citra bank, kepercayaan nasabah dan pelayanan terhadap loyalitas nasabah maka digunakan program komputerisasi SPSS release 22. yang dapat dilihat pada tabel berikut ini;

Tabel 4.15. Hasil Regresi antara Citra Bank, Kepercayaan Nasabah dan Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Menggunakan SPSS Release 22.

Model	Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficient	t _{hitung}	Sig	Kep.
	B	Std. Error	Beta			
1. Constant	1,327	0,295		4,504	0,000	Sign
Citra bank	0,182	0,071	0,215	2,563	0,012	Sign
Kepercayaan nasabah	0,213	0,079	0,242	2,709	0,008	Sign
Pelayanan	0,275	0,061	0,403	4,521	0,000	Sign
R = 0,665						
R ² = 0,442						

Sumber : Lampiran SPSS.22.

Berdasarkan tabel 4.15 maka dapat diketahui persamaan regresi yang terbentuk adalah:

$$Y_2 = b_0 + PY_1X_1 + PY_1X_2 + PY_1X_3 + e_i$$

$$Y_2 = 1,327 + 0,215 X_1 + 0,242 X_2 + 0,403 X_3$$

Dari persamaan regresi tersebut di atas maka dapat dijelaskan atau diartikan bahwa:

- Variabel citra bank, kepercayaan nasabah, dan pelayanan mempunyai arah koefisien yang bertanda positif terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Sulselbar Cabang Makassar yakni sebesar 1,327%.
- Koefisien citra bank memberikan nilai sebesar 0,215 yang berarti bahwa jika citra bank semakin baik maka loyalitas nasabah akan mengalami peningkatan.
- Koefisien kepercayaan nasabah memberikan nilai sebesar 0,242 yang berarti bahwa jika kepercayaan nasabah semakin baik maka loyalitas nasabah akan mengalami peningkatan.
- Koefisien pelayanan nasabah memberikan nilai sebesar 0,403 yang berarti bahwa jika pelayanan nasabah semakin baik maka loyalitas nasabah akan mengalami peningkatan.

Berdasarkan hasil analisis korelasi, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- Nilai R=0,665 yang menunjukkan bahwa hubungan antara citra bank, kepercayaan nasabah dan pelayanan mempunyai hubungan yang kuat dan positif terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Sulselbar Cabang Makassar karena nilai R mendekati 1.
- R²=0,442 yang menunjukkan bahwa persentase pengaruh citra bank, kepercayaan nasabah dan pelayanan mampu menjelaskan sebesar 44,2% variasi dari loyalitas nasabah sedangkan sisanya sebesar 55,8% dipengaruhi oleh faktor lain, seperti : tingkat suku bunga, promosi dan lain sebagainya.

Pengujian hipotesis pengaruh citra bank, kepercayaan nasabah dan pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Untuk menguji sejauh mana pengaruh citra bank, kepercayaan nasabah dan pelayanan terhadap kepuasan nasabah secara bersama-sama diuji dengan menggunakan uji F. Hasil regresi secara simultan diperoleh sebagai berikut :

Tabel 4.16. Hasil Analisis Regresi secara Simultan

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
1 Regression	10.755	3	3.585	17.338	.000 ^a
Residual	19.023	92	0.207		
Total	29.778	95			

Sumber : Data primer yang diolah, 2023.

Pengujian pengaruh variabel bebas secara bersama terhadap variabel terikatnya dengan menggunakan uji F. Hasil perhitungan statistik menunjukkan nilai $F_{hitung} = 17.338 > F_{tabel} = 2,704$. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, maka diperoleh nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti bahwa citra bank, kepercayaan nasabah dan pelayanan secara

serempak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sulselbar Cabang Makassar. Selanjutnya untuk mengetahui sejauh mana pengaruh masing-masing variabel yakni citra bank, kepercayaan nasabah dan pelayanan terhadap kepuasan nasabah maka digunakan uji t. Pengujian dilakukan dengan melihat taraf signifikansi (pvalue), jika taraf signifikansi yang dihasilkan dari perhitungan dibawah 0,05 maka hipotesis diterima, sebaliknya jika taraf signifikansi hasil t_{hitung} lebih besar dari 0,05 maka hipotesis ditolak, yang hasilnya dapat dilihat melalui tabel berikut ini : Tabel 4.17. Hasil Uji t secara Parsial

Variabel bebas	t_{hitung}	Sign
Citra bank	3,051	0,003
Kepercayaan nasabah	2,333	0,022
Pelayanan	3,114	0,002

Sumber : Lampiran SPSS.22

Dari tabel di atas terlihat bahwa hasil pengujian hipotesis citra bank, kepercayaan nasabah dan pelayanan menunjukkan nilai t_{hitung} untuk citra bank sebesar $3,051 > t_{tabel} 1,662$ dengan taraf signifikansi 0,003. Untuk variabel kepercayaan nasabah memiliki nilai t_{hitung} sebesar $2,333 > t_{tabel} 1,662$ dengan taraf signifikan 0,022, selanjutnya untuk variabel pelayanan memiliki nilai $t_{hitung} 3,114 > t_{tabel} 1,662$. dengan taraf signifikansi sebesar 002 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian maka dapat dikatakan bahwa citra bank, kepercayaan nasabah dan pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sulselbar Cabang Makassar. Tabel 4.18. Hasil Analisis Regresi secara Simultan

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
1 Regression	10.695	3	3.565	24.253	.000 ^a
Residual	13.523	92	0.147		
Total	24.218	95			

Sumber : Data primer yang diolah, 2023.

Pengujian pengaruh variabel bebas secara bersama terhadap variabel terikatnya dengan menggunakan uji F. Hasil perhitungan statistik menunjukkan nilai $F_{hitung} = 24.253 > F_{tabel} = 2,704$. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, maka diperoleh nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti bahwa citra bank, kepercayaan nasabah dan pelayanan secara serempak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Sulselbar Cabang Makassar.

Tabel 4.19. Hasil Uji t secara Parsial

Variabel bebas	t_{hitung}	Sign
Citra bank	2,563	0,012
Kepercayaan nasabah	2,709	0,008
Pelayanan	4,521	0,000

Sumber : SPSS.22

Dari tabel di atas terlihat bahwa hasil pengujian hipotesis citra bank, kepercayaan nasabah dan pelayanan menunjukkan nilai t_{hitung} untuk citra bank sebesar $2,563 > t_{tabel} 1,662$ dengan taraf signifikansi 0,012. Untuk variabel kepercayaan nasabah memiliki nilai t_{hitung} sebesar $2,709 > t_{tabel} 1,662$ dengan taraf signifikan 0,008, selanjutnya untuk variabel pelayanan memiliki nilai $t_{hitung} 4,521 > t_{tabel} 1,662$ dengan taraf signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian maka dapat dikatakan bahwa citra bank, kepercayaan nasabah dan pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Sulselbar Cabang Makassar.

SIMPULAN

Dari pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut : Hasil pengujian hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh yang signifikan antara citra bank, kepercayaan nasabah dan pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Pengujian membuktikan bahwa citra bank, kepercayaan nasabah dan pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Dilihat dari hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai koefisien untuk citra bank sebesar 0,273, kemudian kepercayaan nasabah sebesar 0,223 dan untuk pelayanan memiliki koefisien regresi sebesar 0,297, sedangkan variabel yang paling dominan mempengaruhi kepuasan nasabah pada PT. Bank Sulsebar Cabang Makassar adalah pelayanan. Hasil pengujian hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh yang signifikan antara citra bank, kepercayaan nasabah dan pelayanan terhadap loyalitas nasabah. Dilihat dari hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai koefisien regresi untuk citra bank sebesar 0,215, untuk variabel kepercayaan nasabah memiliki koefisien regresi sebesar 0,242 dan untuk variabel pelayanan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,403 dengan taraf signifikansi hasil lebih kecil dari 0,05, sedangkan variabel yang paling dominan mempengaruhi loyalitas nasabah adalah pelayanan secara signifikan.

Referensi :

- .Andi, Krismanto, 2009, Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Loyalitas Nasabah (Studi Kasus pada PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Semarang Pattimura). Tesis Universitas Diponegoro Semarang
- Aritonang, Lerbin R. 2005, Kepuasan Pelanggan, Pengukuran dan Penganalisisan dengan SPSS, edisi pertama, Penerbit : Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Akdom dan Riduan, 2007, Rumus dan Data Dalam Analisis Statistik, cetakan kedua, Penerbit : Alfabeta, Bandung.
- .Barata, Atep Adya, 2006, Dasar-dasar Pelayanan Prima, cetakan Ketiga, Penerbit : Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Lamb, W. Charles, dan Joseph F. Hair, dan Carl Mc Daniel. 2001. Pemasaran edisi Pertama. Penerbit: Salemba Empat, Jakarta
- Ferdinand, Augusty, 2006, Structural Equation Modelling Dalam Penelitian Manajemen, edisi keempat, Penerbit : Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ghozali, Imam, 2006. Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS, cetakan Keempat, Penerbit : Universitas Diponegoro, Semarang.
- Gisha, Navitasari, 2011, Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Loyalitas Nasabah Studi Kasus di Bank Jateng Cabang Koordinator Semarang. Tesis Universitas Diponegoro.
- Hasibuan, Malayu, 2008, Dasar-Dasar Perbankan, cetakan ketiga, Penerbit Bumi Aksara, Jakarta
- Hasan Ali, 2008, Marketing, Cetakan Pertama, Penerbit : MedPress, Yogyakarta.
- Kasali, Rhenald, 2005, Membidik Pasar Indonesia (Segmentasi, Targeting, Positioning). Penerbit: Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Kasmir, 2005, *Etika Customer Service*, edisi pertama, cetakan pertama, Penerbit : RajaGrafindo Persada, Jakarta
- , 2008, Manajemen Perbankan, edisi revisi, Penerbit : RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2008. Manajemen Pemasaran. edisi ketigabelas, Penerbit : Indeks, Jakarta
- Lopiyoadi Rambat, 2006, Manajemen Pemasaran Jasa, edisi kedua, Penerbit : Salemba Empat, Jakarta.
- Sumarwan, Ujang, 2003, Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran. Penerbit: Ghalia Indonesia, Jakarta.

- Subagyo Ahmad, 2010, *Marketing In Business*, Studi Kasus UMK & LKM, edisi Pertama, Penerbit: Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Tjiptono Fandy, 2005, *Pemasaran Jasa*, edisi pertama, cetakan pertama, Penerbit : Bayu Media, Malang.
- Umar Husain, 2003, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, cetakan Ketiga, Penerbit : Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Undang-Undang Perbankan, 1998, cetakan kedua, Penerbit: Sinar Grafika, Jakarta.