

---

## PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROSEDUR KREDIT TERHADAP LOYALITAS NASABAH BTPN SYARIAH MMS TAPOS KOTA DEPOK

<sup>1)</sup> Siti Lestari Ningsyihab, <sup>2)</sup> Wawan Hari Subagyo, <sup>3)</sup> Benny Osta Nababan

<sup>1)</sup> Alumni Program Studi Manajemen, STIE Dewantara

Jl. Raya Pemda Bojong Depok Baru III Karadenan Cibinong Bogor, Jawa Barat 16913, Indonesia

Email: slningsyihab@gmail.com

<sup>2)</sup> Dosen Tetap Program Studi Manajemen, STIE Dewantara

Jl. Raya Pemda Bojong Depok Baru III Karadenan Cibinong Bogor, Jawa Barat 16913, Indonesia

Email: wawan.hari@dewantara.ac.id, benny.osta@dewantara.ac.id

### ABSTRACT

*This study aims to analyze the factors that affect Customer Loyalty (Y) BTPN Syariah MMS Tapos Depok City. The independent variables used in this study are Service Quality (X1) and Credit Procedures (X2). The sample of this research is 100 respondents. Data collection techniques in this study using a questionnaire. The data analysis technique used multiple linear regression analysis with the help of SPSS version 24.0 program. The results showed that Service Quality did not partially affect Customer Loyalty and Credit Procedures partially affected Customer Loyalty. Taken together, service quality and credit procedures have a simultaneous significant and positive effect on customer loyalty at BTPN Syariah MMS Tapos Depok City, meaning that the better the service quality and the easier the credit procedures, the higher the level of customer loyalty. The service quality variable has a contribution of 0.190 and credit procedures of 3.369. Then the credit procedure variable is the factor that has the greatest influence on customer loyalty of BTPN Syariah MMS Tapos Depok City. Variables of service quality and credit procedures affect customer loyalty of BTPN Syariah MMS Tapos Depok City by 8.7%, of which 91.3% is a variable that was not examined in this study.*

**Keywords:** Quality of Service, Credit Procedures, Customer Loyalty.

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi Loyalitas Nasabah (Y) BTPN Syariah MMS Tapos Kota Depok. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Kualitas Pelayanan (X1) dan Prosedur Kredit (X2). Sampel penelitian ini sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS versi 24.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh secara parsial terhadap Loyalitas Nasabah dan Prosedur Kredit berpengaruh secara parsial terhadap Loyalitas Nasabah. Secara bersama-sama, kualitas pelayanan dan prosedur kredit berpengaruh signifikan dan positif secara simultan terhadap loyalitas nasabah BTPN Syariah MMS Tapos Kota Depok, artinya semakin baik kualitas pelayanan dan semakin mudah prosedur kredit yang diberikan maka tingkat loyalitas nasabah semakin tinggi. Variabel kualitas pelayanan memiliki kontribusi sebesar 0,190 dan prosedur kredit sebesar 3,369. Maka variabel prosedur kredit merupakan faktor yang memiliki pengaruh paling besar terhadap loyalitas nasabah BTPN Syariah MMS Tapos Kota Depok. Variabel kualitas pelayanan dan prosedur kredit mempengaruhi loyalitas nasabah BTPN Syariah MMS Tapos Kota Depok sebesar 8,7%, dimana 91,3% merupakan variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata kunci:** Kualitas Pelayanan, Prosedur Kredit, Loyalitas Nasabah.

---

## 1. PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Kata kredit, mulai dari kredit barang pecah belah yang diajakan oleh tukang kedit dari rumah ke rumah atau kredit bentuk uang yang diberikan oleh tukang – tukang ijon sudah dikenal oleh masyarakat. Kredit banyak dilakukan mulai dari masyarakat tingkat bawah maupun dilakukan oleh perusahaan. Dalam skala lebih luas lagi kita juga mengenal kredit yang diberikan oleh perusahaan leasing dan perbankan. Kemudian kita juga sudah mengenal setiap terjadi transaksi kredit selalu berkaitan dengan angsuran dan cicilan yang harus dibayar. Para pengambil kredit juga sudah paham bahwa dalam cicilan kredit sudah mengandung pokok pinjaman dan bunga yang harus dibayar. Istilah yang digunakan kepada para pengambil kredit adalah dengan sebutan *debitur* dan pihak pemberi kredit (bank) kita sebut *kreditur* atau dengan arti lain *debitur* adalah penerima dana sedangkan *kreditur* adalah penyedia dana.

Dari sisi permintaan, akses masyarakat menjadi terhambat karena kurangnya pengetahuan dan kepedulian masyarakat terhadap jasa keuangan, rendahnya pendapatan, tidak adanya jaminan dan sosial inklusif. Dari sisi penawaran, beberapa faktor yang seringkali membuat masyarakat tidak dapat mengakses sektor keuangan formal diantaranya jauhnya jarak cabang bank dengan tempat tinggal, prosedur yang rumit, ketidaksesuaian produk keuangan dengan kebutuhan, bahasa yang kurang dimengerti, perilaku pegawai, dan waktu operasi dari bank yang kaku.

BTPN Syariah merupakan salah satu bank yang memfokuskan diri melayani keluarga prasejahtera yang produktif, membangun sarana dan prasarana yang sangat berbeda dengan perbankan pada umumnya untuk memastikan produk dan

layanan efektif serta efisien melayani segmen tersebut. PT Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah Tbk (BTPN Syariah) terus memperkuat perannya dalam memberdayakan dan meningkatkan taraf hidup masyarakat, hal itu terlihat dari penyaluran pembiayaan yang tumbuh impresif dan jumlah debitur yang terus meningkat.

Pelayanan yang baik adalah sebuah harapan yang utama bagi para pelanggan, tak khayal jika pelanggan kecewa terhadap pelayanan yang buruk. Dari pelayanan yang buruk biasanya sangat signifikan mengurangi pelanggan yang ada, karena pelanggan yang kecewa terhadap pelayanan yang buruk biasanya akan bercerita ke pelanggan yang lainnya bahkan menceritakan hal yang buruk.

Faktor pertama dalam sistem pelayanan yang dapat mempengaruhi nasabah terhadap loyalitas adalah fasilitas (keberwujudan). Faktor ini sangat mendukung terhadap kualitas pelayanan yang diberikan, faktor sarana dan prasarana seperti kenyamanan ruang, peralatan yang tersedia untuk membantu nasabah senang transaksi di bank dengan fasilitas yang memadai dan peralatan yang mencukupi, maka nasabah akan merasa puas untuk menabung di bank tersebut. Faktor yang kedua adalah keandalan (*reability*), merupakan kemampuan dari karyawan BTPN Syariah untuk melaksanakan sistem pelayanan yang semestinya. Sedangkan faktor yang ketiga adalah kepastian (*assurance*), merupakan kemampuan dan keramahan karyawan serta kemampuannya untuk dapat memberikan kesan dapat dipercaya dan penuh keyakinan. Kepuasan pelayanan yang diberikan juga dirasakan oleh nasabah BTPN Syariah MMS Tapos. Menurutnya, pelayananya bagus karyawannya ramah seperti yang diharapkan. Sehingga, meskipun nasabah baru di BTPN Syariah nasabah merasa senang dan terpuaskan dengan pelayanan yang diberikan.

Dibalik terus meningkatnya jumlah nasabah BTPN Syariah MMS Tapos, terdapat juga nasabah yang tidak loyal, walaupun sebagian diantaranya menilai bahwa pelayanan BTPN Syariah MMS Tapos bagus dan merasa puas atas pelayanan yang diberikan. Ada beberapa alasan yang mengharuskan mereka mengundurkan diri menjadi nasabah adalah salah satunya tidak nyaman dengan pelayanan karyawan baru, adanya kompetitor yang memberikan syarat kredit lebih mudah, pindah rumah dan lain sebagainya, sehingga mengharuskan mereka untuk menutup rekeningnya.

Berdasarkan latar belakang atau permasalahan di atas, penyusun tertarik untuk melakukan penelitian tentang “**Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Prosedur Kredit Terhadap Loyalitas Nasabah BTPN Syariah MMS Tapos Kota Depok**”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka rumusan masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana variabel kualitas pelayanan dan prosedur kredit berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas nasabah BTPN Syariah MMS Tapos Kota Depok?
2. Bagaimana variabel kualitas pelayanan dan prosedur kredit berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas nasabah BTPN Syariah MMS Tapos Kota Depok?
3. Apakah dari variabel kualitas pelayanan dan prosedur kredit yang berpengaruh dominan terhadap loyalitas nasabah BTPN Syariah MMS Tapos Kota Depok?
4. Seberapa besar variabel kualitas pelayanan dan prosedur kredit berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BTPN Syariah MMS Tapos Kota Depok?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengetahui pengaruh variabel kualitas pelayanan dan prosedur kredit secara parsial terhadap loyalitas nasabah BTPN Syariah MMS Tapos Kota Depok.
2. Mengetahui pengaruh variabel kualitas pelayanan dan prosedur kredit secara simultan terhadap loyalitas nasabah BTPN Syariah MMS Tapos Kota Depok.
3. Mengetahui variabel kualitas pelayanan dan prosedur kredit yang berpengaruh dominan terhadap loyalitas nasabah BTPN Syariah MMS Tapos Kota Depok.
4. Mengetahui seberapa besar variabel kualitas pelayanan dan prosedur kredit yang lebih mempengaruhi loyalitas nasabah BTPN Syariah MMS Tapos Kota Depok.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Landasan Teori

#### 2.1.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler (2003: 464) beliau menyebutkan bahwa pelayanan ialah sebagai suatu tindakan ataupun kinerja yang bisa diberikan pada orang lain. Pelayanan atau juga lebih dikenal sebagai *service* bisa di klasifikasikan menjadi dua yaitu :

1. **High contact service** ialah sebuah klasifikasi dari sebuah pelayanan jasa dimana kontak diantara konsumen dan juga penyedia jasa sangatlah tinggi, konsumen selalu terlibat di dalam sebuah proses dari layanan jasa tersebut.
2. **Low contact service** ialah klasifikasi pelayanan jasa dimana kontak diantara konsumen dengan sebuah penyediaan jasa tidaklah terlalu tinggi.

Menurut Parasuraman *et al.* (1998) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah perbandingan antara pelayanan yang diharapkan pelanggan dengan pelayanan yang diterimanya. Dimensi kualitas pelayanan (SERVQUAL) oleh parasuraman *et al.* (1998) dibagi menjadi lima dimensi SERVQUAL diantaranya adalah :

1. *Tangibles* (Bukti Fisik)  
Bukti fisik yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya terhadap pihak eksternal.
2. *Reliability* (Kehandalan)  
Kehandalan merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. dan dengan akurasi yang tinggi.
3. *Responsiveness* (Ketanggapan)  
Ketanggapan yaitu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
4. *Assurance* (Jaminan dan Kepastian)  
*Assurance* yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.
5. *Emphaty* (Empati)  
Empati yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan.

### 2.1.2 Kredit

Menurut Undang – undang perbankan No. 10 Tahun 1998, kredit adalah penyediaan uang atau tagihan, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam melunasi hutangnya setelah jangka waktu tertentu dengan pemberian bunga.

Sedangkan, pengertian pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan uang yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan dan kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut

setelah jangka waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.

Jika kredit yang disalurkan mengalami kemacetan, maka langkah yang dilakukan untuk menyelamatkan kredit tersebut adalah menambah jumlah kredit atau dengan memperpanjang jangka waktunya. Dan apabila memang sudah tidak dapat diselamatkan kembali, maka tindakan terakhir bagi bank adalah minyita jaminan yang telah dijaminkan oleh nasabah.

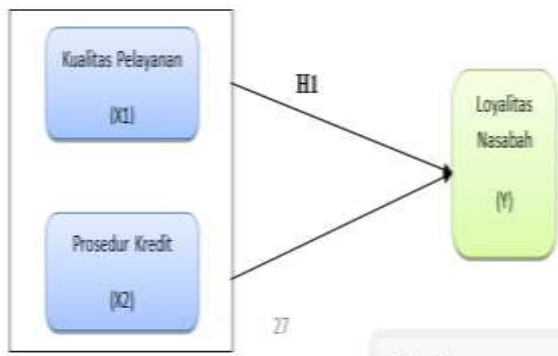
### 2.1.3 Loyalitas Pelanggan

Istilah loyalitas sering kali diperdengarkan oleh pakar pemasaran maupun praktisi bisnis, loyalitas merupakan konsep yang tampak mudah dibicarakan dalam konteks sehari – hari, tetap menjadi lebih sulit ketika di analisis maknanya. Dalam banyak definisi Ali Hasan (2008:81) menjelaskan loyalitas sebagai berikut :

1. Sebagai konsep *generic*, loyalitas merek menunjukkan kecenderungan konsumen untuk membeli sebuah merek tertentu dengan tingkat konsistensi yang tinggi.
2. Sebagai konsep perilaku, pembelian ulang kerap kali dihubungkan dengan loyalitas merek (*brand loyalty*). Perbedaanannya, bila loyalitas merek mencerminkan komitmen psikologis terhadap merek tertentu, perilaku pembelian ulang menyangkut pembelian merek yang sama secara berulang kali.
3. Pembelian ulang merupakan hasil dominasi berhasil membuat produknya menjadi satu – satunya alternatif yang tersedia, yang terus menerus melakukan promosi untuk memikat dan membujuk pelanggan membeli kembali merek yang sama.

## 2.2 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan prosedur kredit terhadap loyalitas nasabah pada nasabah BTPN Syariah MMS Tapos. Variabel bebas (independen) dalam penelitian ini adalah Kualitas pelayanan dan Prosedur Kredit, Variabel terikat (dependen) adalah loyalitas nasabah.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

## 3. METODE PENELITIAN

### 3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif Kausalitas. Penelitian Kausalitas digunakan untuk membuktikan hubungan antara sebab dan akibat dari beberapa variabel. Penelitian Kausalitas biasanya menggunakan metode eksperimen yaitu dengan mengendalikan *Independent variabel* yang akan mempengaruhi *dependent variabel* pada situasi yang direncanakan.

### 3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian di BTPN Syariah cabang MMS Tapos Kota Depok. Penelitian dilakukan pada bulan Oktober - Desember 2019.

### 3.3 Populasi dan Sampel

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh nasabah PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional (BTPN) Syariah

Kecamatan Tapos Kota Depok sebanyak 1783 orang nasabah yang merupakan debitur. Pendekatan teknik *accidental sampling* yaitu penelitian mengambil sampel yang kebetulan ditemuinya pada saat itu. Penentuan jumlah sampel dapat dilakukan dengan cara perhitungan statistik yaitu dengan menggunakan rumus slovin. Rumus slovin digunakan untuk menentukan ukuran sampel dari populasi yang telah diketahui jumlahnya yaitu 1783 nasabah yang merupakan debitur. Untuk tingkat presisi yang ditetapkan dalam penentuan sampel adalah 10%.

Rumus Slovin :

$$n = \frac{N}{1 + (N \cdot e^2)}$$

$$n = \frac{1783}{1 + (1783 \cdot 0,1^2)}$$

$$n = \frac{1783}{18,83}$$

$$n = 94,68 \approx 95...$$

Keterangan :

n : Sampel

N : Populasi

e : eror tingkat kesalahan (10% atau 0,1)

Dengan mengacu pada rumus slovin diatas maka sampel dalam penelitian ini adalah 95 responden. Untuk mempermudah dalam pengolahan data maka data kuesioner diambil dari 100 responden 100 nasabah yang merupakan debitur di BTPN Syariah MMS Tapos Kota Depok.

### 3.4 Teknik Penumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan kuesioner dan wawancara.

#### 1. Kuesioner

Kuesioner, yaitu teknik pengumpulan data dengan menyebar daftar pertanyaan untuk diisi oleh sejumlah responden Kuesioner yang disebarikan kepada masyarakat berisikan pertanyaan –

pertanyaan dengan pilihan yang sudah disediakan.

## 2. Wawancara

Wawancara, yaitu cara pengumpulan data yang dilakukan melalui tanya jawab antara penulis dengan masyarakat yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti.

### 3.5 Teknik Analisis Data

Untuk melihat adanya pengaruh terhadap loyalitas nasabah digunakan analisis regresi berganda. Analisis regresi berganda tersebut bertujuan untuk melihat ada tidaknya pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan prosedur kredit terhadap loyalitas nasabah BTPN Syariah MMS Tapos Kota Depok. Untuk menganalisis data dalam regresi sederhana digunakan software SPSS. Hasil dari olah data inilah yang akan diinterkinerjakan dalam pembahasan hasil.

#### 3.5.1 Uji validitas

Uji validitas adalah suatu langkah pengujian terhadap suatu instrumen. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2015:121).

#### 3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu langkah pengujian yang bertujuan mengukur ketepatan instrumen. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2015:121).

#### 3.5.3 Uji normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk memperlihatkan bahwa sampel diambil dari

populasi yang berdistribusi normal. Dalam penelitian ini uji normalitas dilakukan dengan metode uji *Kolmogorov-Smirnov*.

#### 3.5.4 Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinearitas berguna untuk mengetahui apakah model regresi yang diajukan ditemukan adanya korelasi kuat antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Uji multikolinieritas dilihat dari nilai tolerance dan *Variance Inflation Factor* (VIF) serta besaran korelasi antar variabel independen (Ghozali, 2011: 203-206). Suatu model regresi dapat dikatakan bebas multikol jika mempunyai nilai VIF disekitar angka 1 dan mempunyai angka tolerance mendekati 1, sedangkan jika dilihat dengan besaran korelasi antar variabel independen, maka suatu model regresi dapat dikatakan bebas multikol jika koefisien korelasi antar variabel independen haruslah lemah (dibawah 0,05).

#### 3.5.6 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2013:139), uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamat ke pengamat yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamat ke pengamat lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah model regresi homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas karena data ini menghimpun data yang mewakili berbagai ukuran.

#### 3.5.7 Analisa Regresi Linier Berganda

Analisa Regresi Linier Berganda adalah hubungan fungsional untuk menguji hipotesis dan menyatakan kejelasan tentang kekuatan variabel penentu yaitu loyalitas nasabah.

Karena variabel independen yang digunakan dalam penelitian memiliki lebih dari dua variabel, maka peneliti menggunakan analisis regresi berganda menurut Sugiono (2013:217) dengan persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Dimana :

Y : Loyalitas Nasabah  
 A : Konstanta (intercept)  
 b1, b2, : Koefisien regresi  
 X1 : Kualitas Pelayanan  
 X2 : Prosedur Kredit

### 3.5.8 Uji T

Uji statistik T menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variabel-variabel dependen dan digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen yang diuji pada tingkat signifikansi (Ghozali, 2011: 88)

### 3.5.9 Uji F

Uji statistik F menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. Uji statistik F digunakan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen yang dimasukkan dalam model regresi secara bersama-sama terhadap variabel dependen yang diuji pada tingkat signifikan alpha 10% (Ghozali, 2011: 88).

### 3.5.10 Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) bertujuan untuk mengukur kemampuan variabel – variabel independen yaitu prosedur kredit dan kualitas pelayanan, dalam menjelaskan variabel dependen yaitu loyalitas pelanggan.

Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) untuk mengajukan presentase tingkat kebenaran prediksi dari pengujian regresi yang dilakukan. Nilai  $R^2$ , memiliki *range* antara 0 sampai 1. Jika nilai  $R^2$  semakin mendekati 1 maka berarti semakin besar variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Sebaliknya, jika  $R^2$  mendekati 0 (nol) maka semakin lemah variasi variabel independen menerangkan variabel dependen terbatas (Ghozali, 2011:85).

## 4. HASIL PEMBAHASAN

### 4.1 Hasil Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika item-item pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian validitas dalam penelitian ini menggunakan korelasi person, yang dilakukan dengan menghitung korelasi antara skor masing-masing butir pertanyaan dengan skor total variable. Dalam penelitian ini, validitas dari indikator dianalisis menggunakan df dengan rumus  $df = n - 2$ , dimana n adalah jumlah sampel. Dengan demikian df yang digunakan adalah  $100 - 2 = 98$ . Dengan Alpha sebesar 10%, maka menghasilkan  $r_{tabel}$  (uji dua sisi) sebesar 0,1654.

**Tabel 1. Hasil Uji Validitas**

| No. | Variabel            | Indikator | r hitung | r tabel | P Value | Keterangan |
|-----|---------------------|-----------|----------|---------|---------|------------|
| 1   | KUALITAS PELAYANAN  | X1.1      | 0,629    | 0,1654  | 0,000   | Valid      |
|     |                     | X1.2      | 0,775    | 0,1654  | 0,000   | Valid      |
|     |                     | X1.3      | 0,779    | 0,1654  | 0,000   | Valid      |
|     |                     | X1.4      | 0,693    | 0,1654  | 0,000   | Valid      |
|     |                     | X1.5      | 0,697    | 0,1654  | 0,000   | Valid      |
| 2   | PROSEDUR KREDIT     | X2.1      | 0,761    | 0,1654  | 0,000   | Valid      |
|     |                     | X2.2      | 0,714    | 0,1654  | 0,000   | Valid      |
|     |                     | X2.3      | 0,404    | 0,1654  | 0,000   | Valid      |
|     |                     | X2.4      | 0,732    | 0,1654  | 0,000   | Valid      |
|     |                     | X2.5      | 0,795    | 0,1654  | 0,000   | Valid      |
|     |                     | X2.6      | 0,719    | 0,1654  | 0,000   | Valid      |
|     |                     | X2.7      | 0,590    | 0,1654  | 0,000   | Valid      |
|     |                     | X2.8      | 0,575    | 0,1654  | 0,000   | Valid      |
|     |                     | X2.9      | 0,632    | 0,1654  | 0,000   | Valid      |
| 3   | LOYALITAS PELANGGAN | Y1.1      | 0,891    | 0,1654  | 0,000   | Valid      |
|     |                     | Y1.2      | 0,812    | 0,1654  | 0,000   | Valid      |
|     |                     | Y1.3      | 0,753    | 0,1654  | 0,000   | Valid      |

Sumber: Data Primer yang diolah, 2020

Berdasarkan pengujian pada tabel 4.1 diatas dapat diketahui bahwa nilai r hitung dari semua indikator lebih besar dari nilai rtabelnya. Probabilitas kesalahan (sig) dari tiap-tiap indikator semuanya dibawah 0,10 oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan pada kuesioner dalam penelitian ini adalah valid.

#### 4.2 Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu uji statistik untuk mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner yang diajukan reliabel (pertanyaan yang diajukan bias dilanjutkan ke penelitian selanjutnya). Data kuesioner yang diambil dapat dikatakan reliabel jika memiliki Alpha > 0,6. Jika nilai Alpha < 0,6, maka data tersebut dinyatakan tidak reliabel. Berikut adalah tabel pengujian reliabilitas :

**Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas**

Tabel 4.5 Hasil pengujian Reabilitas

| Variabel                | Cronbach's Alpha | N | Alpha | Keterangan |
|-------------------------|------------------|---|-------|------------|
| Kualitas Pelayanan (X1) | 0,757            | 5 | 0,600 | Reliabel   |
| Prosedur Kredit (X2)    | 0,829            | 9 | 0,600 | Reliabel   |
| Loyalitas pelanggan (Y) | 0,754            | 3 | 0,600 | Reliabel   |

Sumber: Data Primer yang diolah, 2020

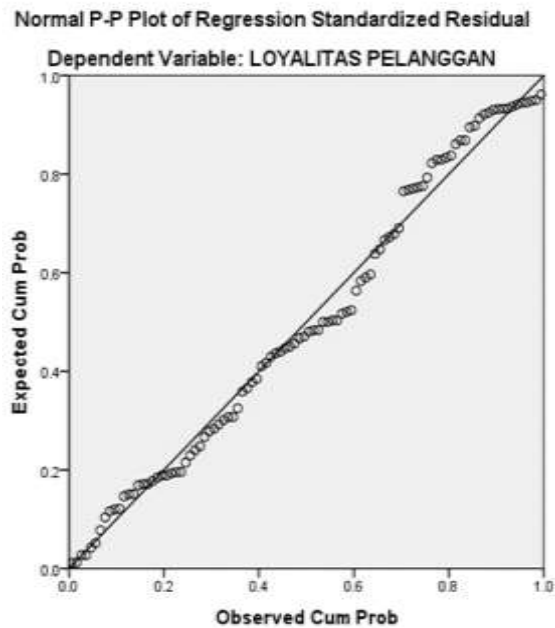
Dari diatas menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) memiliki nilai Cronbach Alpha 0,757, variabel prosedur kredit (X2) memiliki nilai Cronbach Alpha 0,829, dan loyalitas pelanggan (Y) memiliki nilai Cronbach Alpha 0,754. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa semua variabel adalah reliabel karena semuanya memiliki nilai Alpha > 0,6.

#### 4.3 Uji Asumsi Klasik

##### 4.3.1 Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan cara melihat grafik normal propability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Jika distribusi data normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis yang diagonal. Hasil output SPSS for Windows versi 24 untuk uji normalitas ditunjukkan dalam gambar sebagai berikut :





Gambar 1. Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan grafik diatas, grafik normalpropability plot menunjukkan bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas yaitu bahwa semua data yang ada berdistribusi normal. Hal ini membuktikan bahwa model regresi yang digunakan layak untuk memprediksi loyalitas nasabah BTPN Syariah di MMS Tapos.

#### 4.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Dalam penelitian ini gejala multikolinearitas dilihat dari nilai tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel 4.3 berikut ini :

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinieritas

| MODEL                   | Collinearity Statistics |       | Keterangan                      |
|-------------------------|-------------------------|-------|---------------------------------|
|                         | Tolerance               | VIF   |                                 |
| Kualitas pelayanan (X1) | 0,998                   | 1.002 | Tidak terjadi Multikolinearitas |
| Prosedur kredit (X2)    | 0,998                   | 1.002 | Tidak terjadi Multikolinearitas |

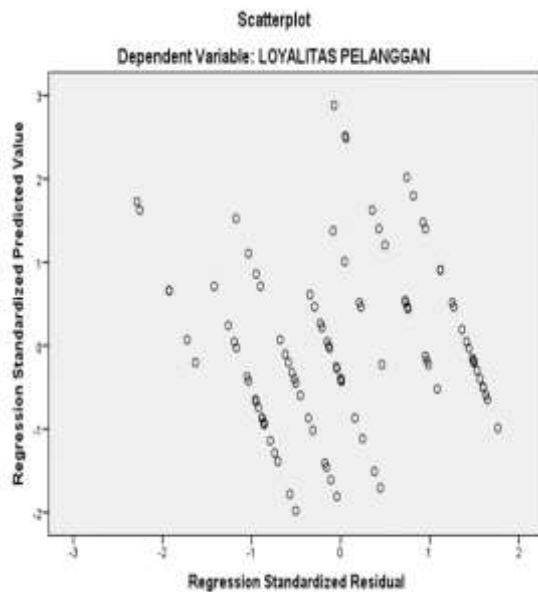
Sumber: Data Primer yang diolah, 2020

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai Tolerance pada semua variabel bebas tidak ada yang nilainya kurang dari 0,10. Nilai VIF menunjukkan tidak ada variabel bebas yang memiliki nilai lebih dari 10. Dengan demikian dapat disimpulkan tidak ada multikolinearitas antar variabel bebas dalam model penelitian ini sehingga layak untuk digunakan dalam penelitian.

#### 4.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Pola yang tidak sama yang ditunjukkan dengan nilai yang tidak sama disebut dengan gejala heteroskedastisitas, sedangkan adanya gejala varians residual yang sama dari satu pengamatan ke pengamatan lain disebut homokedastisitas.

Kriteria pengambilan keputusan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu dalam grafik Scatterplot. Jika ada pola tertentu, maka dalam model regresi diduga terdapat masalah atau gangguan heteroskedastisitas. Dan jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Gambar 4.3. memperlihatkan grafik plot uji Heteroskedastisitas.



**Gambar 2. Uji Heteroskedastisitas**

Hasil pengujian heteroskedastisitas menunjukkan bahwa titik-titik tidak membentuk pola tertentu dan titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Dengan demikian, asumsi-asumsi normalitas, multikolinearitas dan heteroskedastisitas dalam model regresi dapat dipenuhi dari model ini.

#### 4.4 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Ringkasan hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS for Windows versi 23. adalah sebagai berikut :

**Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

| Model              | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |
|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|
|                    | B                           | Std. Error | Beta                      |
| 1 (Constant)       | 7.772                       | 1.997      |                           |
| KUALITAS PELAYANAN | .016                        | .086       | .018                      |
| PROSEDUR KREDIT    | .145                        | .043       | .324                      |

Sumber: Data Primer yang diolah, 2020

Berdasarkan hasil tersebut apabila ditulis dalam bentuk standardized dari persamaan regresinya adalah sebagai berikut :

$$Y = 7,772 + 0,016 X_1 + 0,145 X_2$$

Y = Loyalitas Nasabah

X<sub>1</sub> = Kualitas Pelayanan

X<sub>2</sub> = Prosedur Kredit

Persamaan regresi berganda tersebut dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta sebesar 7,772 berarti bahwa jika variabel kualitas pelayanan (X<sub>1</sub>) dan prosedur kredit (X<sub>2</sub>) sama dengan nol, maka loyalitas pelanggan (Y) akan konstan 7,772.
2. Variabel kualitas pelayanan (X<sub>1</sub>) memiliki koefisien sebesar 0,016, menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X<sub>1</sub>) bernilai positif terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y). Jika variabel kualitas pelayanan (X<sub>1</sub>) mengalami kenaikan 1 satuan maka loyalitas pelanggan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,016 satuan.
3. Variabel prosedur kredit (X<sub>2</sub>) memiliki koefisien sebesar 0,145. Menunjukkan bahwa variabel prosedur kredit (X<sub>2</sub>) bernilai positif terhadap variabel Loyalitas pelanggan (Y). Jika variabel prosedur kredit (X<sub>2</sub>) mengalami kenaikan 1 satuan maka loyalitas pelanggan (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,145 satuan.

#### 4.5 Uji Hipotesis

##### 4.5.1 Hasil Uji t (uji secara parsial)

Uji t yaitu suatu uji untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel (independen) kualitas pelayanan (X1 dan prosedur kredit (X2) secara parsial atau individual terhadap variabel (dependen) loyalitas pelanggan (Y). Hasil uji t pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 5. Hasil Uji t (Uji secara parsial)**

| Model              | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | T     | Sig. |
|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|                    | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1 (Constant)       | 7.772                       | 1.997      |                           | 3.892 | .000 |
| KUALITAS PELAYANAN | .016                        | .086       | .018                      | .190  | .849 |
| PROSEDUR KREDIT    | .145                        | .043       | .324                      | 3.369 | .001 |

Sumber: Data Primer yang diolah, 2020

Hasil uji t pada tabel diatas menunjukan bahwa 2 variabel independen dalam penelitian ini memiliki pengaruh yang signifikan dan tidak signifikan terhadap variabel dependen. Dengan jumlah responden (n) sebanyak 100 dan jumlah variabel (k) sebanyak 3 maka *degree of freedom* (df) =  $n - k = 100 - 3 = 97$ , dan nilai alpha sebesar 10% maka diperoleh t-tabel sebesar 1,660 (sig 0,10). Berikut ini dijelaskan pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial:

1. Variabel Kualitas Pelayanan (X1) memiliki tingkat signifikansi 0,849. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,10. Nilai signifikansi tersebut berada di atas taraf 10% dan t-hitung sebesar 0,190 < t-tabel sebesar 1,660 yang berarti H0 diterima dan H1 ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel *Kualitas Pelayanan* (X1) secara parsial tidak

berpengaruh dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y).

2. Variabel prosedur kredit (X2) memiliki tingkat signifikansi 0,001. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,10. nilai signifikansi tersebut berada di bawah taraf 10% dan t-hitung sebesar 3.369 > t-tabel sebesar 1,660 yang berarti H0 ditolak dan H2 diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel *Prosedur Kredit* (X2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Loyalitas Pelanggan* (Y).

##### 4.5.2 Uji F (uji secara simultan)

Uji F dalam penelitian ini menggunakan uji ANOVA. Uji ini dapat digunakan untuk mengetahui pengaruh bersama-sama (simultan) variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil perhitungan uji F dapat dilihat pada tabel 4.5 berikut ini :

**Tabel 6. Hasil Uji F (Uji secara simultan)**

| ANOVA <sup>a</sup> |                |    |             |       |                   |
|--------------------|----------------|----|-------------|-------|-------------------|
| Model              | Sum of Squares | Df | Mean Square | F     | Sig.              |
| 1 Regression       | 42.223         | 2  | 21.112      | 5.736 | .004 <sup>b</sup> |
| Residual           | 357.017        | 97 | 3.681       |       |                   |
| Total              | 399.240        | 99 |             |       |                   |

a. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN

b. Predictors: (Constant), PROSEDUR KREDIT, KUALITAS PELAYANAN

Sumber: Data Primer yang diolah, 2020

Pengujian pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya dilakukan dengan menggunakan uji F dengan rumus  $df_1 = k - 1 = 3 - 1 = 2$  dan  $df_2 = n - k = 100 - 3 = 97$  hasil diperoleh F-tabel sebesar 4,83 (sig 0,10). Hasil perhitungan statistik menunjukkan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $5.736 > 4,83$  dan signifikansi sebesar  $0,004 \leq 0,10$ . Sehingga

dapat disimpulkan bahwa Loyalitas Pelanggan (Y) dipengaruhi secara bersama-sama (simultan) dan signifikan oleh variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Prosedur Kredit (X2).

#### 4.6 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi untuk variabel bebas lebih dari 2 variabel digunakan adjusted R square, sebagai berikut :

**Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi**

| Model Summary <sup>b</sup> |                   |          |                   |                            |
|----------------------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model                      | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1                          | .325 <sup>a</sup> | .106     | .087              | 1.918                      |

a. Predictors: (Constant), PROSEDUR KREDIT, KUALITAS PELAYANAN

b. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN

Sumber: Data Primer yang diolah, 2020

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS for Windows versi 23 dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (adjusted R<sup>2</sup>) yang diperoleh sebesar 0,087. Hal ini berarti 8,7% Loyalitas nasabah BTPN Syariah di MMS Tapos dapat dijelaskan oleh Kualitas Pelayanan (X1) dan Prosedur Kredit (X2). Sedangkan sisanya yaitu 91,3% (100% - 8,7%) dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan Hasil Analisis Dan Pembahasan Pada Penelitian Mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Prosedur

Kredit terhadap Loyalitas Pelanggan maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Secara parsial variabel kualitas pelayanan (X1) tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah BTPN Syariah di MMS Tapos Kota Depok, sedangkan variabel prosedur kredit (X2) berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah BTPN Syariah di MMS Tapos Kota Depok.
2. Secara simultan variabel kualitas pelayanan (X1) dan prosedur kredit (X2) berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BTPN Syariah di MMS Tapos Kota Depok. Dengan hasil  $F_{hitung}$  sebesar  $5.736 \geq F_{tabel}$  sebesar 3,09 dan hasil signifikansi sebesar  $0,004 < \alpha$  sebesar 0,10.
3. Variabel yang paling dominan dan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BTPN Syariah di MMS Tapos Kota Depok yaitu variabel prosedur kredit (X2) dengan koefisien 0,145 dan t hitung sebesar 3,369.
4. Loyalitas nasabah BTPN Syariah di MMS Tapos Kota Depok dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan (X1) dan prosedur kredit (X2) sebesar 8,7%, Sedangkan sisanya yaitu 91,3% (100% - 8,7%) dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### 5.2 Saran

Beberapa saran yang dapat diajukan berkaitan dengan kesimpulan adalah sebagai berikut :

1. Untuk meningkatkan loyalitas nasabah BTPN Syariah di MMS Tapos disarankan agar mempermudah prosedur kredit bagi nasabah siklus lanjutan yang memiliki kriteria baik dan riwayat pembayaran baik dengan hanya memperbaharui data yang sudah ada

- tanpa perlu melakukan prosedur dari awal.
2. Untuk meningkatkan loyalitas nasabah BTPN Syariah di MMS Tapos disarankan agar kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan BTPN Syariah di MMS tapos lebih baik lagi sehingga akan membuat nasabah mengajukan pembiayaan kembali.
  3. Untuk meningkatkan loyalitas nasabah BTPN Syariah di MMS Tapos disarankan agar pihak BTPN Syariah memberikan pelatihan kepada karyawan tentang pelayanan, juga memudahkan persyaratan kredit seperti tidak adanya pelatihan selama 5 hari berturut – turut agar nasabah tidak perlu meluangkan waktu untuk melakukan pelatihan keanggotaan yang membuat waktu pencairan lebih lama.
  4. Berdasarkan hasil dari perhitungan keofisien determinasi menunjukan bahwa Loyalitas Nasabah BTPN Syariah di MMS Tapos dapat dijelaskan oleh Kualitas Pelayanan (X1) dan Prosedur Kredit (X2) sebesar 8,7%, Sedangkan sisanya yaitu 91,3% (100% - 8,7%) dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil yang didapat karena kurang dari 80%, maka perlu dilakukan penelitian lebih lanjut dengan menambahkan variabel baru atau indikator lain dalam penelitian yang akan datang agar dapat menghasilkan gambaran yang lebih luas tentang masalah dalam penelitian ini sehingga dapat menyempurnakan hasil penelitian
- 6. DAFTAR PUSTAKA**
- Alfi Annisatul Fauziah (2017) dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah dengan Corporate Image sebagai variabel moderating pada Bank BRI Cabang Semarang”.
- Ali Hasan. 2008. Manajemen Pemasaran dan Marketing. Bandung : CV. Alfabeta
- BTPN Syariah. “Profil”, <https://www.btpnsyariah.com/tentang-kami/profil.html>, diakses pada 10 Januari 2020.
- BTPN Syariah. ”Visi, Misi dan Nilai”, <https://www.btpnsyariah.com/tentang-kami/visi-misi-dan-nilai.html>, diakses pada 10 Januari 2020.
- Buchari Alma. 2002. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran jasa. Bandung : ALFABETA.
- Fajar Kartika Sari (2016) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Prosedur Kredit Terhadap Keputusan Pengambilan Kredit Dengan Reference Sebagai Variabel Moderating Pada Badan Kredit Desa (BKD) Gombang”.
- Ghozali, Imam. 2011. “Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hill, Niegel, 1996, ”*Hand Book of Customer Satisfaction Measurement*”, Gower Publishing , England.
- Jonathan, Sarwono. 2006. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Yogyakarta :Graha Ilmu
- Kasmir, 2014. Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya, Edisi Revisi 2014, Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada.
- Kasmir . 2002. Dasar-dasar Perbankan. Jakarta. PT Raja Grafindo Persada
- Kasiram, Moh. 2008. Metodologi Penelitian. Malang: UIN-Malang Pers.
- Kotler, P. (2012). Manajemen Pemasaran. Jakarta : PT Indeks.Oliver,

- Sandra. 2007. “ *Strategi Public Relations*”. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Philip Kotler dan Kevin L. Keller. 2006. *Manajemen Pemasaran edisi ke 12 Jilid ke 1*. New Jersey, Indeks
- Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Index pada PT. Bank Index Kantor Cabang Lampung”.
- Sugiono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Afabeta