

---

**PENGARUH KEPERCAYAAN, KOMITMEN DAN KEPUASAN TERHADAP  
LOYALITAS NASABAH BANK BCA KANTOR CABANG SIDOARJO**

Oleh

Nanda Qorya Devi Juvita Saputri<sup>1</sup>, Nur Sitti Khumairoh<sup>2</sup>, Akhmad Nasir<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Gempol

Email: [1nandaqorya@gmail.com](mailto:nandaqorya@gmail.com)

**Abstrak**

*Sukses atau tidaknya suatu perusahaan adalah dengan adanya pelayanan yang baik karena di dalam setiap usaha pasti memerlukan layanan sebagai alat pemuas kebutuhan sekalipun usaha itu sederhana. Tanpa ada layanan yang baik maka kegiatan usaha tersebut tidak akan bisa berkembang, sebab keberhasilan proses kelangsungan usaha tidak hanya bergantung dari peralatan canggih yang dimiliki perusahaan, tetapi juga bergantung pada pelayanan yang akan diberikan tersebut. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank BCA Kantor Cabang Sidoarjo. Adapun teknik penentuan sampel yang digunakan adalah metode accidental sampling, dengan jumlah sampel 150 orang. Dalam rangka menentukan variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini meliputi satu variabel terikat adalah loyalitas (Y) dan tiga variabel bebas yaitu kepercayaan (X1), komitmen (X2) dan kepuasan (X3) berpengaruh nyata terhadap loyalitas nasabah. Hal ini karena signifikansi dari ketiga variabel tersebut lebih kecil dari 0,05. Keputusan terhadap H<sub>0</sub> adalah H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>1</sub> diterima. Dari hasil analisis data ditemukan bahwa tiga variabel yaitu kepercayaan, komitmen dan kepuasan berpengaruh nyata terhadap loyalitas nasabah Bank BCA Kantor Cabang Sidoarjo.*

**Kata Kunci: Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, Kepuasan**

**PENDAHULUAN**

Struktur ekonomi di Indonesia selama lebih dari tiga puluh tahun terakhir telah mengalami beberapa perubahan yang cukup berarti. Perubahan ini antara lain ditandai dengan perkembangan perekonomian dari sektor *manufactur* ke arah sektor jasa. Sektor jasa disini meliputi perdagangan, perbankan, jasa-jasa lembaga keuangan non-bank, asuransi, sektor jasa pemerintah dan jasa swasta lainnya.

Sukses atau tidaknya suatu perusahaan adalah dengan adanya pelayanan yang baik karena pelayanan terbaik akan mensugesti keputusan pembelian dan menjadi keunggulan kompetitif dan bisa menciptakan hubungan jangka panjang dengan konsumen (Listiyana, 2023) (Alfin et al., 2022) (Qomariah, 2023) dan pelayanan yang

tidak sesuai harapan akan dipersepsikan buruk (Efi Endang Dwi Setyorini, 2021) karena di dalam setiap usaha pasti memerlukan layanan sebagai alat pemuas kebutuhan sekalipun usaha itu sederhana. Tanpa ada layanan yang baik maka kegiatan usaha tersebut tidak akan bisa berkembang, dan fokus memberikan pelayanan terbaik akan meningkatkan tingkat kepuasan konsumen (Listiyana, 2023) sebab keberhasilan proses kelangsungan usaha tidak hanya bergantung dari peralatan canggih yang dimiliki perusahaan, tetapi juga bergantung pada pelayanan yang akan diberikan tersebut. Oleh karena itu perusahaan harus memperhatikan masalah pelayanan tersebut agar dapat menjadi penopang bagi kelangsungan hidup dan kemajuan perusahaan. Hasil penelitian juga

menunjukkan bahwa kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen Irawan & Japarianto, 2013 dalam (Alfin et al., 2022)

Sedangkan pemahaman mengenai pemasaran jasa perbankan di era global lebih memiliki pengertian tentang pemuasan kebutuhan konsumen. Pemberian layanan yang berkualitas merupakan suatu strategi yang tepat untuk bertahan dalam tekanan persaingan yang tidak mengenal toleransi dan resesi. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada calon konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan badan usaha khususnya badan usaha jasa perbankan. Dalam membentuk citra perusahaan yang baik, dalam rangka menarik minat calon konsumen, maka perusahaan harus dapat mengembangkan berbagai upaya yang didasarkan pada beberapa konsep pemasaran, disamping fungsi utamanya sebagai perusahaan yang diakui.

Salah satu faktor kesuksesan dari suatu perusahaan adalah mengerti dan memahami perilaku konsumen dari suatu pasar sasaran. Hal ini disebabkan oleh tujuan dari pemasaran adalah pemenuhan kebutuhan dan keinginan dari seorang konsumen sehingga pihak perusahaan harus mampu mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan dari konsumen. Jika suatu perusahaan dapat melaksanakan dengan baik maka kepuasan konsumen akan tercapai. Oleh karena itu untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen, maka perusahaan sangatlah perlu untuk memahami perilaku konsumen tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, memakai, atau pengalaman dalam rangka memuaskan kebutuhan dan hasrat konsumen. (Engel, James F, Roger D Blackwell, 2005). "Perilaku konsumen sebagai tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini".

Bagi Bank BCA cabang Sidoarjo

nasabah adalah orang yang paling penting, dengan adanya kepuasan nasabah tersebut maka perusahaan akan terus berkembang. Kesetiaan nasabah menjadikan perusahaan berusaha memberikan layanan terbaik kepada nasabahnya berupa kemudahan- kemudahan dan keuntungan dalam proses perbankan. Bagi perusahaan jasa, fasilitas e-banking adalah sebagai sarana menarik minat calon nasabah untuk terus melakukan transaksi perbankan. Dengan semakin banyaknya calon nasabah yang melakukan transaksi perbankan maka semakin tinggi pula kesempatan perusahaan untuk melakukan persaingan dengan perusahaan yang sama.

Melihat kondisi tersebut di atas, Bank BCA Kantor Cabang Sidoarjo sebagai salah satu perusahaan yang mempunyai fungsi sebagai mencari laba guna kelangsungan hidup perusahaan yang pada gilirannya dituntut untuk berupaya meraih sukses dalam persaingan bagaimana cara menarik nasabah sebanyak mungkin. Salah satu faktor yang perlu mendapatkan perhatian dari pihak perusahaan agar perusahaan dapat melaksanakan dan memenangkan persaingan yang dihadapi adalah mengetahui dan memahami dengan baik keinginan dan kebutuhan daripada calon nasabah. Melalui pemahaman terhadap kualitas layanan nasabah pada khususnya dan pemahaman kegiatan yang terlibat dalam mendapatkan, menggunakan jasa termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan ini.

Memahami perilaku nasabah bukanlah hal yang mudah, karena banyak variabel yang berpengaruh dan variabel tersebut saling berhubungan antara satu dengan yang lainnya. Salah satu variabel psikologis yang mendasari keputusan nasabah adalah kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan. Kualitas layanan adalah pada dasarnya diukur atau dinilai dari bermacam-macam persepsi sehingga setiap calon nasabah dan pelanggan mempunyai persepsi yang bervariasi untuk menilai suatu layanan itu baik atau buruk.

Komitmen juga mempunyai peran sentral dalam menunjang keberhasilan perusahaan (Qomariah, 2024), dimana dengan komitmen yang baik akan menimbulkan loyalitas

Berdasarkan uraian di atas jelaslah bahwa untuk mengetahui dan memahami perilaku nasabah dalam menggunakan jasa perbankan merupakan hal yang sangat penting bagi pihak perusahaan karena akan dapat membantu manajemen dalam merancang strategi dan program pemasaran yang tepat. Penentuan kualitas layanan yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang pihak perusahaan tetapi berdasarkan sudut pandang nasabah. Nasabahlah yang mengkonsumsi dan menikmatinya, sehingga merekalah yang seharusnya menjadi penentu kualitas layanan perusahaan tersebut.

**METODE PENELITIAN**

Adapun prosedur pengumpulan data yang dilakukan penulis dalam penyusunan skripsi ini menggunakan beberapa metode antara lain :

1. *Library Study* (Studi Kepustakaan)  
Yaitu studi pustaka yang dilakukan dengan mempelajari literatur-literatur yang berkaitan dengan judul skripsi.
2. *Field Research* (Studi Lapangan)  
Yaitu metode penelitian dengan terjun langsung pada obyek yang diteliti di lapangan untuk mendapatkan data secara nyata. Penulis lakukan dengan cara :
  - a. Interview  
Adalah suatu penelitian yang dilakukan dengan mengadakan wawancara secara langsung terhadap responden untuk mengetahui pendapat mereka secara langsung.
  - b. Kuesioner  
Yaitu cara pengumpulan data dengan jalan memberikan pertanyaan-pertanyaan tertulis yang dibagikan kepada para responden.

Dalam penelitian , data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada nasabah Bank BCA Kantor Cabang Sidoarjo.

**Uji Validitas dan Reliabilitas**

Uji validitas adalah alat untuk mengukur sah tidaknya kuestioner dan butir pertanyaan dikatakan valid apabila sesuatu yang diukur mampu diungkapkan. Uji signifikansi dilakukan dengan cara membandingkan antara nilai r hitung dengan r table (Imam Ghozali, 2016), jika r hitung > r table maka butir pertanyaan dikatakan valid dan sebaliknya. Reliabilitas instrument adalah alat untuk mengukur kuestioner yang merupakan indicator dari variable dan kuestioner dikatakan reliable apabila jawaban responden terhadap pertanyaan stabil atau tidak berubah ubah dari waktu ke waktu (Imam Ghozali, 2016). Variable dikatakan reliable apabila mempunyai nilai Alpha Cronbach > 0,7 (Nunnally, 1994) dalam (Imam Ghozali, 2016)

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menyebarkan kuesioner pada nasabah “Prioritas BCA” yang berjumlah 150 orang. Dari hasil penyebaran kuesioner maka tanggapan responden mengenai variabel-variabel penelitian, sebagai berikut :

1. Kepercayaan

Pada variabel kepercayaan ini dapat dilihat hasil tanggapan responden sebagai berikut :Tabel. 1 Tanggapan Responden Terhadap Kepercayaan (X1)

No	Pernyataan	Skor					Total Skor	Mean
		1	2	3	4	5		
1	Hasil penyampaian terhadap informasi dan layanan yang diberikan oleh Bank BCA Cabang Sidoarjo	0	1	33	58	68	610	4,033
		0,00%	0,67%	22,00%	33,33%	40,00%		
2	Hasil penyampaian layanan Bank BCA Cabang Sidoarjo dalam memenuhi kebutuhan nasabah	0	5	41	61	39	610	4,067
		0,00%	2,00%	14,67%	18,00%	35,33%		
3	Hasil penyampaian terhadap kredibilitas dan kualitas service dari Bank BCA Cabang Sidoarjo	0	1	39	61	59	610	4,133
		0,00%	0,67%	19,00%	18,67%	39,33%		

Sumber : Data Diolah 2024

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui sebagai berikut :

a. Tanggapan responden pada item pertanyaan “Nasabah percaya terhadap informasi dan janji yang diberikan oleh Bank BCA Cabang Sidoarjo ” dapat dijelaskan sebagai berikut : 1 responden (0,67%) menyatakan tidak setuju, 33 responden (22,00%) menyatakan ragu-ragu, 50 responden (33,33%) menyatakan setuju dan 66 responden (44%) menyatakan sangat setuju, dengan nilai rata-rata 4,207.Maka diketahui item pertama didominasi jawaban sangatsetuju, yaitu sejumlah 66 responden (44%) hal ini menunjukkan bahwa responden pada umumnya menyatakan sangatsetuju jika Nasabah percaya terhadap informasi dan janji yang diberikan oleh Bank BCA Cabang Sidoarjo.

b. Tanggapan responden pada item pertanyaan “Nasabah percaya kepada Bank BCA Cabang Sidoarjo dalam memenuhi kebutuhan nasabahnya” dapat dijelaskan sebagai berikut : 3 responden (2,00%) menyatakan tidak setuju, 43 responden (28,67%) menyatakan ragu-ragu, 45 responden (30%) menyatakan setuju dan 59 responden (39,33%) menyatakan sangat setuju, dengan nilai rata-rata4,067.Maka diketahui item kedua didominasi jawaban sangatsetuju, yaitu sejumlah 59 responden (39,33%) hal ini menunjukkan bahwa responden pada umumnya menyatakan sangatsetuju jika nasabah percaya kepada Bank BCA Cabang Sidoarjo dalam memenuhi kebutuhan nasabahnya.

c. Tanggapan responden pada item pertanyaan “Nasabah percaya terhadap keandalan dan keahlian para staf dari Bank BCA Cabang Sidoarjo” dapat dijelaskan sebagai berikut : 1 responden (0,67%) menyatakan tidak setuju, 29 responden (19,33%) menyatakan ragu-ragu, 61 responden

(40,67%) menyatakan setuju dan 59 responden (39,33%) menyatakan sangat setuju, dengan nilai rata-rata 4,187.Maka diketahui item ketiga didominasi jawaban setuju, yaitu sejumlah 61 responden (40,67%) hal ini menunjukkan bahwa responden pada umumnya menyatakan sangatsetuju jikanasabah percaya terhadap keandalan dan keahlian para staf dari Bank BCA Cabang Sidoarjo.

## 2. Komitmen

Pada variabel komitmen ini dapat dilihat hasil tanggapan responden sebagai berikut :

**Tabel. 2 Tanggapan Responden Terhadap Komitmen (X2)**

No	Pernyataan	Skor					Total Score	Mean
		1	2	3	4	5		
1	Keinginan Bank BCA Cabang Sidoarjo untuk terus memberikan jasanya kepada nasabah dan menyesuaikan pelayanannya	0	2	27	61	60	629	4,193
		0,00%	1,33%	18,00%	40,67%	40,00%		
2	Keinginan Bank BCA Cabang Sidoarjo untuk terus maju dan berkembang di alam pelayanan kredit	0	2	39	62	47	604	4,027
		0,00%	1,33%	26,00%	41,33%	31,33%		
3	Keinginan Bank BCA Cabang Sidoarjo untuk terus memperbaiki diri agar dapat memberikan layanan yang berkualitas kepada nasabahnya	0	0	26	58	66	640	4,267
		0,00%	0,00%	17,33%	38,67%	44,00%		

Sumber : Data Diolah 2024

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui sebagai berikut: a.Tanggapan responden pada item didominasi jawaban setuju, yaitu pertanyaan “Keinginan BankBCA sejumlah 61 responden (40,67%) menyatakan sangat setuju, dengan nilai rata-rata 4,193. Maka diketahui item pertama Cabang Sidoarjo untuk terus memberikan jasanya kepada nasabah dan menyesuaikan pelayanannya ” dapat dijelaskan sebagai berikut : 2 responden (1,33%) menyatakan tidak setuju, 27 responden (18,00%) menyatakan ragu-ragu, 61 responden (40,67%) menyatakan setuju dan 60 responden (40,67%) menunjukkan bahwa responden pada umumnya menyatakan setuju jikakeinginan Bank BCA Cabang Sidoarjo untuk terus memberikan jasanya kepada nasabah dan menyesuaikan pelayanannya.

- b. Tanggapan responden pada item pertanyaan “Keinginan Bank BCA Cabang Sidoarjountuk terus maju dan berkembang dalam pelayanan kredit” dapat dijelaskan sebagai berikut : 2 responden (1,33%) menyatakan tidak setuju, 39 responden (26,00%) menyatakan ragu-ragu, 62 responden (41,33%) menyatakan setuju dan 47 responden (31,33%) menyatakan sangat setuju, dengan nilai rata-rata 4,027. Maka diketahui item kedua didominasi jawaban setuju, yaitu sejumlah 62 responden (41,33%) hal ini menunjukkan bahwa responden pada umumnya menyatakan setuju jika keinginan Bank BCA Cabang Sidoarjountuk terus maju dan berkembang dalam pelayanan kredit.
- c. Tanggapan responden pada item pertanyaan “Keinginan Bank BCA Cabang Sidoarjo untuk terus memperbaiki diri agar dapat memberikan layanan yang berkualitas kepada nsabahnya ” dapat dijelaskan sebagai berikut : 26 responden (17,33%) menyatakan ragu- ragu, 58 responden (38,67%) menyatakan setuju dan 66 responden (44%) menyatakan sangat setuju, dengan nilai rata-rata 4,267. Maka diketahui item ketiga didominasi jawaban sangatsetuju, yaitu sejumlah 66 responden (44%) hal ini menunjukkan bahwa responden pada umumnya menyatakan sangatsetuju jika keinginan Bank BCA Cabang Sidoarjo untuk terus memperbaiki diri agar dapat memberikan layanan yang berkualitas kepada nsabahnya.
3. Kepuasan Pada variabel kepuasan ini dapat dilihat hasil tanggapan responden sebagai berikut

**Tabel. 3 Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan (X3)**

No.	Pernyataan	Skor					Total Score	Mean
		1	2	3	4	5		
1	Bank BCA Cabang Sidoarjo memberikan jaminan terhadap produk / jasa yang ditawarkan	0	0	41	56	53	612	4,080
		0,00%	0,00%	27,33%	37,33%	35,33%		
2	Bank BCA Cabang Sidoarjo memberikan penanganan terhadap keluhan nasabah	0	2	25	59	64	635	4,233
		0,00%	1,33%	16,67%	39,33%	42,67%		
3	Karyawan Bank BCA Cabang Sidoarjo sopan, perhatian dan ramah dalam melayani nasabah	0	3	32	65	50	612	4,080
		0,00%	2,00%	21,33%	41,33%	33,33%		

Sumber : Data Diolah 2024

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui sebagai berikut :

- a. Tanggapan responden pada item pertanyaan “Bank BCA Cabang Sidoarjo memberikan jaminan terhadap produk / jasa yang ditawarkan” dapat dijelaskan sebagai berikut : 41 responden (27,33%) menyatakan ragu- ragu, 56 responden (37,33%) menyatakan setuju dan 53 responden (35,33%) menyatakan sangat setuju, dengan nilai rata-rata 4,080. Maka diketahui item pertama didominasi jawaban setuju, yaitu sejumlah 56 responden (37,33%) hal ini menunjukkan bahwa responden pada umumnya menyatakan setuju jika Bank BCA Cabang Sidoarjo memberikan jaminan terhadap produk / jasa yang ditawarkan.
- b. Tanggapan responden pada item pertanyaan “Bank BCA Cabang Sidoarjo memberikan penanganan terhadap keluhan nasabah” dapat dijelaskan sebagai berikut : 2 responden (1,33%) menyatakan tidak setuju, 25 responden (16,67%) menyatakan ragu- ragu, 59 responden (39,33%) menyatakan setuju dan 64 responden (42,67%) menyatakan sangat setuju, dengan nilai rata-rata 4,233. Maka diketahui item kedua didominasi jawaban setuju, yaitu sejumlah 64 responden (42,67%) hal ini menunjukkan bahwa responden pada umumnya menyatakan sangatsetuju jika Bank BCA Cabang Sidoarjo memberikan penanganan terhadap keluhan nasabah.
- c. Tanggapan responden pada item pertanyaan “Karyawan Bank BCA

Cabang Sidoarjo sopan, perhatian dan ramah dalam melayani nasabah” dapat dijelaskan sebagai berikut : 3 responden (2,00%) menyatakan tidak setuju, 32 responden (21,33%) menyatakan ragu-ragu, 65 responden (43,33%) menyatakan setuju dan 50 responden (33,34%) menyatakan sangat setuju, dengan nilai rata-rata 4,080. Maka diketahui item ketiga didominasi jawaban setuju, yaitu sejumlah 65 responden (43,33%) hal ini menunjukkan bahwa responden pada umumnya menyatakan setuju jika Bank BCA Cabang Sidoarjo sopan, perhatian dan ramah dalam melayani nasabah.

#### 4. Loyalitas Nasabah

Pada variabel loyalitas nasabah ini dapat dilihat hasil tanggapan responden sebagai berikut :

**Tabel. 4 Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas Nasabah (Y)**

No.	Pernyataan	Skor					Total Score	Mean
		1	2	3	4	5		
1	Nasabah menjadikan Bank BCA Cabang Sidoarjo sebagai pilihan pertama untuk memenuhi kebutuhan	0	0	35	48	67	632	4,213
	Nasabah merekomendasikan Bank BCA Cabang Sidoarjo kepada keluarga, rekan dan orang lain	0,00%	0,00%	23,33%	32,00%	44,67%		
2	Nasabah tidak mudah beralih jika bank lain menawarkan produk yang lebih menarik	0	2	32	50	66	630	4,200
	Nasabah tidak mudah beralih jika bank lain menawarkan produk yang lebih menarik	0,00%	1,33%	21,33%	33,33%	44,00%		
3	Nasabah tidak mudah beralih jika bank lain menawarkan produk yang lebih menarik	0	4	28	53	65	629	4,191
	Nasabah tidak mudah beralih jika bank lain menawarkan produk yang lebih menarik	0,00%	2,67%	18,67%	35,33%	43,33%		

Sumber : Data Diolah 2024 Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui sebagai berikut:

a. Tanggapan responden pada item pertanyaan “Nasabah menjadikan Bank BCA Cabang Sidoarjo sebagai pilihan pertama untuk memenuhi kebutuhan” dapat dijelaskan sebagai berikut : 35 responden (23,33%) menyatakan ragu-ragu, 48 responden (32%) menyatakan setuju dan 67 responden (44,67%) menyatakan sangat setuju, dengan nilai rata-rata 4,213. Maka diketahui item pertama didominasi jawaban sangat setuju, yaitu sejumlah 67 responden (44,67%) hal ini menunjukkan bahwa responden pada

umumnya menyatakan sangat setuju jika nasabah menjadikan Bank BCA Cabang Sidoarjo sebagai pilihan pertama untuk memenuhi kebutuhan.

b. Tanggapan responden pada item pertanyaan “Nasabah merekomendasikan Bank BCA Cabang Sidoarjo kepada keluarga, rekan dan orang lain” dapat dijelaskan sebagai berikut : 2 responden (1,33%) menyatakan tidak setuju, 32 responden (21,33%) menyatakan ragu-ragu, 50 responden (33,33%) menyatakan setuju dan 66 responden (44%) menyatakan sangat setuju, dengan nilai rata-rata 4,200. Maka diketahui item kedua didominasi jawaban sangat setuju, yaitu sejumlah 66 responden (44%) hal ini menunjukkan bahwa responden pada umumnya menyatakan sangat setuju jika nasabah merekomendasikan Bank BCA Cabang Sidoarjo kepada keluarga, rekan dan orang lain.

c. Tanggapan responden pada item pertanyaan “Nasabah tidak mudah beralih jika bank lain menawarkan produk yang lebih menarik” dapat dijelaskan sebagai berikut : 4 responden (2,67%) menyatakan tidak setuju, 28 responden (18,67%) menyatakan ragu-ragu, 53 responden (35,33%) menyatakan setuju dan 65 responden (43,33%) menyatakan sangat setuju, dengan nilai rata-rata 4,193. Maka diketahui item ketiga didominasi jawaban sangat setuju, yaitu sejumlah 65 responden (43,33%) hal ini menunjukkan bahwa responden pada umumnya menyatakan sangat setuju jika nasabah tidak mudah beralih jika bank lain menawarkan produk yang lebih menarik.

**Uji Validitas dan Reliabilitas Kepercayaan (X1)**

**Tabel. 5 Uji Validitas dan Reliabilitas Kepercayaan (X1)**

Variabel	Koefisien Korelasi	Signifikansi	Keterangan
X2.1	0,7908	2,294.10 <sup>-033</sup>	Valid
X2.2	0,8187	1,775.10 <sup>-037</sup>	Valid
X2.3	0,8093	5,181.10 <sup>-036</sup>	Valid
Reliabilitas = 0,7290			

**Uji Validitas dan Reliabilitas Komitmen (X2)**

**Tabel. 6 Uji Validitas dan Reliabilitas Komitmen (X2)**

Variabel	Koefisien Korelasi	Signifikansi	Keterangan
X3.1	0,7034	1,065.10 <sup>-023</sup>	Valid
X3.2	0,6819	7,553.10 <sup>-022</sup>	Valid
X3.3	0,6956	-023	Valid
Reliabilitas = 0,6459			

Sumber : Data Diolah 2024

Berdasarkan tabel 6, nilai signifikansi untuk koefisien korelasi antara setiap item dengan total item lebih kecil dari taraf signifikansi yang ditetapkan ( ) yaitu 0,05. Hal ini dapat dikatakan bahwa jawaban responden pada seluruh item adalah *valid*. Nilai koefisien reliabilitasnya sebesar 0,6459 lebih besar dari 0,6 berarti seluruh item tersebut diatas sudah reliabel untuk menjelaskan variabel komitmen.

**Uji Validitas dan Reliabilitas Kepuasan (X3)**

**Tabel. 7 Uji Validitas dan Reliabilitas Kepuasan (X3)**

Variabel	Koefisien Korelasi	Signifikansi	Keterangan
X1.1	0,7751	2,574.10 <sup>-031</sup>	Valid
X1.2	0,6953	5,474.10 <sup>-023</sup>	Valid
X1.3	0,6847	4,425.10 <sup>-022</sup>	Valid
Reliabilitas = 0,6532			

Berdasarkan tabel 7, nilai signifikansi untuk koefisien korelasi antara setiap item dengan total item lebih kecil dari taraf signifikansi yang ditetapkan ( ) yaitu 0,05. Hal ini dapat dikatakan bahwa jawaban responden pada seluruh item adalah *valid*. Nilai koefisien reliabilitasnya sebesar 0,6532 lebih besar dari 0,6 berarti seluruh item tersebut diatas sudah reliabel untuk menjelaskan variabel kepuasan.

**Uji Validitas dan Reliabilitas Loyalitas Nasabah (Y)**

**Tabel. 8 Uji Validitas dan Reliabilitas Loyalitas Nasabah (Y)**

Variabel	Koefisien Korelasi	Signifikansi	Keterangan
Y.1	0,7577	3,181.10 <sup>-029</sup>	Valid
Y.2	0,6901	1,534.10 <sup>-022</sup>	Valid
Y.3	0,7575	029	Valid
Reliabilitas = 0,6743			

Sumber : Data Diolah 2024

Berdasarkan tabel 8, nilai signifikansi untuk koefisien korelasi antara setiap item dengan total item lebih kecil dari taraf signifikansi yang ditetapkan ( ) yaitu 0,05. Hal ini dapat dikatakan bahwa jawaban responden pada seluruh item adalah *valid*. Nilai koefisien reliabilitasnya sebesar

0,6743 lebih besar dari 0,6 berarti seluruh item tersebut diatas sudah reliabel untuk menjelaskan variabel loyalitas nasabah.

### Pengujian Hasil Hipotesis

Dalam penelitian ini yang dilakukan adalah menganalisis sejauhmana pengaruh kepuasan, kepercayaan, dan komitmen terhadap loyalitas nasabah. Adapun persamaan adalah sebagai berikut:

$$Y = 0 + 1X_1 + 2X_2 + 3X_3 + e$$

Dimana :

Y = Loyalitas nasabah

0 = Konstanta

1..5 = Koefisien regresi

X<sub>1</sub> = Kepuasan

X<sub>2</sub> = Kepercayaan

X<sub>3</sub> = Komitmen

e = Variabel pengganggu di luar variabel bebas

Hasil perhitungan dalam analisis ini menggunakan program *SPSS for Windows* release 22.0 seperti yang tercantum pada lampiran, lebih rinci dapat dijelaskan sebagai berikut :

Persamaan regresi linier berganda dari perhitungan di atas adalah :

$$Y = 0 + 1X_1 + 2X_2 + 3X_3 + e$$

$$Y = 0,4576 + 0,7631 (X_1) + 0,6272 (X_2) + 0,7159 (X_3)$$

Sedangkan dari persamaan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Konstanta (0) sebesar 0,4576 menunjukkan bahwa apabila kepercayaan (X<sub>1</sub>), komitmen (X<sub>2</sub>), dan kepuasan (X<sub>3</sub>) sama dengan nol, maka loyalitas nasabah akan mengalami peningkatan sebesar 0,4576.
2. Koefisien regresi untuk kepercayaan (X<sub>1</sub>) sebesar 0,6272. Berarti jika kepercayaan (X<sub>1</sub>) naik sebesar 1 satuan, maka loyalitas nasabah (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,6272.

3. Koefisien regresi untuk komitmen (X<sub>2</sub>) sebesar 0,7159. Berarti jika komitmen (X<sub>2</sub>) naik sebesar 1 satuan, maka loyalitas nasabah (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,7159.

4. Koefisien regresi untuk kepuasan (X<sub>3</sub>) sebesar 0,7631. Berarti jika kepuasan (X<sub>3</sub>) naik sebesar 1 satuan, maka loyalitas nasabah (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,7631.

Nilai koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) dimana hasil perhitungan dari lampiran 4 sebesar 0,6433 atau 64,33 % yang berarti variabel kepercayaan (X<sub>1</sub>), komitmen(X<sub>2</sub>)dankepuasan (X<sub>3</sub>) dapat menjelaskan loyalitas nasabah (Y) sebesar 64,33 % sedangkan 35,67 % dipengaruhi oleh faktor lain di luar model.

Untuk mengetahui keeratan hubungan variabel bebas secara simultan dengan variabel terikat maka dapat dilihat besarnya R (koefisien korelasi), diketahui R (koefisien korelasi) sebesar 0,8021 atau 0,21 % yang berarti bahwa hubungan variabel bebas dengan variabel terikat adalah kuat.

Untuk membuktikan kebenaran dari hipotesis yang peneliti ajukan maka perlu diadakan pengujian hasil analisa tersebut dengan menggunakan uji F dan uji t yang dapat diuraikan sebagai berikut :

### Analisis Pengaruh Secara Serempak (Uji F)

Digunakan untuk mengetahui pengaruh secara simultan (bersamaan) antara kepercayaan (X<sub>1</sub>), komitmen (X<sub>2</sub>), dankepuasan (X<sub>3</sub>)terhadap loyalitas nasabah (Y).

**Tabel. 9 Hasil Perhitungan Uji F**

Model	Jumlah Kuadrat	Df	Kuadrat Tengah	F hitung	Signifikansi
Regresi	34,5797	3	11,5266	87,7883	1,606.10 <sup>-32</sup>
Residual	19,1751	146	0,1313		
Total	53,7548	149			

Sumber : Data Diolah 2024

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa F hitung sebesar 87,7883. Dengan menggunakan taraf signifikan = 0,05 dan derajat kebebasan (df) pembilang adalah 3 dan penyebut adalah 146 sehingga diketahui F tabel 2,67 Karena F hitung (87,7883) > F tabel (2,67) dan nilai signifikan sebesar  $1,606.10^{-32} < 0,05$ , maka Ho ditolak dan Hi diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa kepercayaan (X1), komitmen (X2) dan kepuasan (X3) secara simultan (bersamaan) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y).

**Analisis Pengaruh Secara Parsial (Uji t)**

Digunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial yaitu kepercayaan (X1), komitmen (X2) dan kepuasan (X1) terhadap loyalitas nasabah (Y). Langkah-langkah pengujiannya adalah sebagai berikut:

**Tabel. 10 Hasil Perhitungan Uji t**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations
		B	Std. Error				
1	(Constant)	.65788	.09902		6.5815	.0000	
	Kepercayaan (X1)	.76811	.09113	.7189	14.8707	.0000	.7791
	Komitmen (X2)	.62725	.09541	.6821	11.5841	.0000	.6921
		.71599	.07590	.9317	9.3146	.0000	.6199

**a. Dependent Variable: Loy alit as (Y)**

Sumber : Data Diolah 2024

Pengaruh Kepuasan (X1) Terhadap Loyalitas Nasabah (Y) Menggunakan taraf signifikansi sebesar = 0,05 dan derajat kebebasan (df) = 146 dengan menggunakan *two tail test* diperoleh t tabel sebesar 1,9764. Dari perhitungan didapat t hitung sebesar 14,8707, karena t hitung > t tabel 1,9764 dan nilai signifikan sebesar  $4,925.10^{-7}$

$31 < 0,05$ , maka Ho ditolak dan Hi diterima, sehingga secara parsial kepuasan (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y). hasil peneliitan ini sejalan dengan penelitian (Supertini et al., 2020)(Najmudin et al., 2022). Hal ini menunjukkan bahwa jika ada perubahan pada variabel kepuasan (X1) maka ada perubahan pada loyalitas nasabah (Y). Variabel Kepuasan (X1) Nilai r parsial untuk variabel kepuasan (X1) sebesar 0,7761 berarti bahwa variabel kepuasan (X1) mampu menjelaskan variabel loyalitas 77,61 %. Nasabah (Y) sebesar Pengaruh Kepercayaan (X2) Terhadap Loyalitas Nasabah (Y) Menggunakan taraf signifikansi sebesar = 0,05 dan derajat kebebasan (df) = 146 dengan menggunakan *two tail test* diperoleh t tabel sebesar 1,9764. Dari perhitungan didapat t hitung sebesar 11,5841, karena t hitung > t tabel 1,9764 dan nilai signifikan sebesar  $2,038.10^{-22} < 0,05$ , maka Ho ditolak dan Hi diterima, sehingga secara parsial kepercayaan (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y). hasil ini sejalan dengan hasil penelitian (Supertini et al., 2020)(Najmudin et al., 2022). Hal ini menunjukkan bahwa jika ada perubahan pada variabel kepercayaan (X1) maka ada perubahan pada loyalitas nasabah (Y).

Variabel Kepercayaan (X2) Nilai r parsial untuk variabel kepercayaan (X2) sebesar 0,6921 berarti bahwa variabel kepercayaan (X2) mampu menjelaskan variabel loyalitas nasabah (Y) sebesar 69,2

a. Pengaruh Komitmen (X3) Terhadap Loyalitas Nasabah (Y) Menggunakan taraf signifikansi sebesar = 0,05 dan derajat kebebasan (df) = 146 dengan menggunakan *two tail test* diperoleh t tabel sebesar 1,9764. Dari perhitungan didapat t hitung sebesar

9,5436, karena  $t$  hitung  $> t$  tabel 1,9764 dan nilai signifikan sebesar  $4,494.10^{-17} < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, sehingga secara parsial komitmen (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y). hasil ini sesuai dengan hasil penelitian (Rifa'i et al., 2020) Hal ini menunjukkan bahwa jika ada perubahan pada variabel komitmen (X3) maka ada perubahan pada loyalitas nasabah (Y).

### Variabel Komitmen (X3)

Nilai  $r$  parsial untuk variabel komitmen (X3) sebesar 0,6198 berarti bahwa variabel komitmen (X3) mampu menjelaskan variabel loyalitas nasabah (Y) sebesar 61,98 %.

## PENUTUP

### Kesimpulan

Berdasarkan analisis penelitian yang telah dikemukakan di muka, maka dapat diambil suatu kesimpulan sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan yang telah ditetapkan.

Adapun kesimpulan yang dapat dikemukakan adalah sebagai berikut :

1. Dari hasil analisis diketahui bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variabel variabel yang meliputi kepercayaan (X1), komitmen (X2) dan kepuasan (X3) terhadap loyalitas nasabah (Y). Jadi hipotesis yang menyatakan bahwa variabel kepercayaan, komitmen dan kepuasan secara simultan berpengaruh signifikan terdapat pengaruh secara parsial antara variabel variabel yang meliputi kepercayaan (X1), komitmen (X2) dan kepuasan (X3) terhadap loyalitas nasabah (Y). Jadi hipotesis yang menyatakan bahwa variabel yang meliputi kepercayaan, komitmen dan kepuasan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah teruji kebenarannya.

2. Dari hasil analisis diketahui bahwa kepuasan (X3) berpengaruh paling dominan terhadap loyalitas nasabah (Y). Jadi hipotesis yang menyatakan bahwa variabel kepuasan memiliki pengaruh dominan terhadap loyalitas nasabah teruji kebenarannya.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Alfin, R., Aida, N., & Listiyana, L. (2022). Analisa Komparasi Kualitas Pelayanan Pada Indomaret Dan Alfamart ( Studi Kasus Pada Konsumen Di Gempol Pasuruan). *JURNAL SeMaRaK*, 5(2), 124–136. <https://doi.org/10.32493/smk.v5i2.21417>
- [2] Efi Endang Dwi Setyorini. (2021). Pengaruh Pelayanan Dan Produk Tabungan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menabung Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Pasuruan. *An-Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah*, 2(2), 168–176. <https://doi.org/10.51339/nisbah.v2i2.287>
- [3] Engel, James F, Roger D Blackwell, P. W. M. (2005). *Consumer Behavior, The Dryden Press, Orlando* (8th ed.). The Dryden Press.
- [4] Imam Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Badan Penerbit UNDIP.
- [5] Listiyana, L. (2023). Customer Satisfaction at Alfamart Raya Sukodono: a Study on Product Quality and Service Excellence. *Manazhim*, 5(2), 712–725. <https://doi.org/10.36088/manazhim.v5i2.3411>
- [6] Najmudin, M., Widiyanto, A., Dwiwinarno, T., & Setyanta, B. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Pengiriman “Kirimaja” Yogyakarta.

- 
- Jurnal Cahaya Mandalika*, 61–70.
- [7] Qomariah, N. (2023). *Analisis Pengaruh Lokasi, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Memebli Produk PT Indomarco Prismatama (Studi Kasus di Minimarket Indomaret Kecamatan Kraton Pasuruan)*. 6(4), 87–94.
- [8] Qomariah, N. (2024). *Pengaruh Komitmen Karyawan Terhadap Peningkatan Kinerja UMKM Produksi Kerupuk " New Faisal " Desa Ploso Kecamatan Wonoayu Sidoarjo*. 4(3), 18533–18545.
- [9] Rifa'i, M., Yati, W., & Susanti, R. A. D. (2020). *Pengaruh Komitmen Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepercayaan Dalam Menggunakan Produk Jasa Titip Toko Online. Referensi: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 8(1), 61. <https://doi.org/10.33366/ref.v8i1.1812>
- [10] Supertini, N. P. S., Telagawati, N. L. W. S., & Yulianthini, N. N. (2020). *Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Pusaka Kebaya di Singaraja. Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 61. <https://doi.org/10.23887/pjmb.v2i1.26201>

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN