

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN, KEPERCAYAAN DAN
KOMITMEN TERHADAP LOYALITAS NASABAH
TABUNGAN SIMPEDA BANK JATIM
DI SURABAYA**

ARTIKEL ILMIAH

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian
Program Pendidikan Sarjana
Program Studi Manajemen



Oleh :

EVIE SUYANTO PUTRI
2013210893

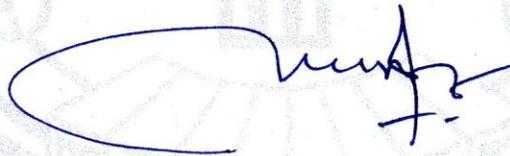
**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2018**

PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Evie Suyanto Putri
Tempat, Tanggal Lahir : Madiun, 26 Juni 1995
Nim : 2013210893
Progam Studi : Manajemen
Progam Pendidikan : Sarjana
Konsentrasi : Manajemen Perbankan
Judul : Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan,
Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan
Simpeda Bank Jatim Di Surabaya

Disetujui dan diterima baik oleh :

Dosen Pembimbing,
Tanggal : 24-09-2018



(Mochammad Nurhadi, S.Kom., MM)

Ketua Progam Studi Sarjana Manajemen
Tanggal : 24-09-2018



(Dr. Muazaroh, SE, M.T)

Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Komitmen terhadap Loyalitas Nasabah dalam menggunakan produk Tabungan Simpeda Bank Jatim Surabaya

Evie Suyanto Putri

STIE Perbanas Surabaya

Email : 2013210893@students.perbanas.ac.id

Mochamad Nurhadi

STIE Perbanas Surabaya

Email : nurhadi@perbanas.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this study is to provide evidence on the influence of service quality, trust, commitment to customer loyalty in using Savings Bank Simpeda East Java in Surabaya. The sample used with purposive sampling method, with sample 110 respondents, data collection technique is by using questionnaire. Statistical analysis performed is the validity and reliability test, the classical assumption test is the normal test, multicollinearity test, and outocorrelation test. Multiple regression to test the hypothesis. The results of this study indicate that Service Quality significantly influence the loyalty of customers of Bank Jatim, Belief has a significant effect on customer loyalty of Bank Jatim in Surabaya, and Commitment has no significant effect on customer loyalty of Bank Jatim.

Keywords: Quality of Service, Trust, Commitment, Customer Loyalty

PENDAHULUAN

Hampir semua kegiatan perdagangan dan perekonomian masyarakat menggunakan lembaga keuangan perbankan maupun non perbankan sebagai fasilitas melakukan transaksi perbankan. Hal ini disebabkan karena perbankan merupakan salah satu lembaga keuangan yang memiliki peran penting dalam dunia perbankan dan menunjang perekonomian di suatu negara. Bank merupakan lembaga intermediasi yang sangat penting untuk kelancaran sistem

ekonomi. Di Indonesia memiliki dua jenis sistem perbankan yaitu sistem konvensional dan sistem syariah. Hal ini menjadi suatu tantangan, khususnya bank konvensional yang lebih dulu lahir di dunia perbankan.

Konsep kualitas telah menjadi faktor yang sangat dominan terhadap keberhasilan suatu bank, karena apabila nasabah merasa bahwa kualitas layanan diterima baik maupun sesuai harapan, maka nasabah akan merasa

puas, percaya dan berkomitmen terhadap pembelian barang dan jasa serta semakin loyal terhadap barang dan jasa, serta semakin loyal terhadap barang dan jasa tersebut. Pada akhirnya terbentuklah hubungan jangka panjang antara nasabah dengan bank.

Kualitas layanan yang diberikan oleh bank jatim memfokuskan kepada golongan pengusaha kecil. Di Surabaya, nasabah seing sekali mengalami ketidakpuasan terhadap pelayan Bank Jatim yang kurang prima dan beberapa nasabah mengeluh terhadap respon karyawan Bank Jatim yang lambat dalam menanggapi complain nasabah sehingga nasabah kurang merasa puas dengan pelayanan tersebut. Selain itu sistem pada Bank Jatim juga kurang optimal pada pelayanan mesin ATM di Surabaya yang sering mengalami kerusakan sehingga membuat nasabah kurang merasa nyaman dan mengalami ketidakpuasan pada pelayanan Bank Jatim.

Selain memberikan pelayanan secara lansung dapat dirasakan oleh para nasabah pihak Bank Jatim menyadari bahwa hal utama yang senantiasa terjaga adalah harus mampu memberikan rasa aman kepada nasabahnya terkait dana yang disimpan dan yang di kelola. Dalam hal penghimpun dana masyarakat, bank jatim mempunyai produk yang merupakan salah satu sumber dana terbesar adalah tabungan, deposito dan giro.

Dalam upaya mempertahankan kesetiaan para nasabahnya, salah satu hal yang penting ialah menjalin hubungan komunikasi baik. Dengan adanya komunikasi yang baik ini, pihak bank akan terus menggali segala sesuatu yang diinginkan maupun dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan nasabah sehingga nasabah dapat menjalin komitmen yang baik dengan baik.

Bank jatim adalah salah satu Bank Pembangunan Daerah Konvensional yang berkantor pusat di Surabaya. Terdapat

beberapa Bank Pembangunan Daerah yang membuka cabangnya di Surabaya. Bank Jatim mempunyai reputasi yang cukup baik. Karena dis etiap tahunnya Bank Jatim mengalami pertumbuhan dalam jumlah penabungnya. Hanya dsaja dalam pelayannya Bank Jatim sedikit kurang bagus dibandingkan Bank Pembangunan Daerah lainnya.

KERANGKA TEORITIS DAN HIPOTESIS PENELITIAN

Kualitas Layanan

Menurut Kotler dalam buku Sangadji (2013:99) mengemukakan bahwa “kualitas merupakan suatu kondisi yang berhubungan dengan produk,jasa,manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”. Kualitas layanan sangat mempengaruhi para nasabah untuk mengambil keputusan. Dengan layanan yang baik maka nasabah akan puas untuk tidak kecewa akan keputusan yang di ambilnya. Menurut Tony Wijaya (2011:22), layanan yang baik merupakan bagian yang integral dari kualitas produk yang baik, produk berkualitas lebih tinggi cenderung mempunyai tingkatan layanan lebih tinggi, para konsumen biasanya menyalahkan kualitas produk melalui layanan yang berkaitan dengan produk tersebut. Menurut Fandy Tjiptonodan Gregorius Chandra (2016:113), kualitas jasa atau kualitas layanan (*services quality*) berkontribusi signifikan bagi penciptaan deferensiasi, *positioning*, dan strategi bersaing setiap organisasi pemasaran, baik perusahaan manufaktur maupun penyedia jasa.

Kepercayaan

Persepsi kepercayaan adalah keyakinan satu pihak bahwa pihak lain dapat di andalkan serta menepati janji setiap saat Suh dan Han dalam Kazi (2013:89). Menurut Jacoby dan Kaplan, dalam Kazi (2013:89), persepsi kepercayaan merupakan

kepastian yang dirasakan oleh nasabah serta pemahaman nasabah terhadap konsekuensi dari penggunaan layanan aplikasi elektronik.

Kepercayaan nasabah terhadap sebuah layanan bank menunjukkan pengakuan kredibilitas bank oleh nasabah. Jika kredibilitas bank rendah maka kemungkinan resiko akan meningkat memungkinkan nasabah tidak dapat di percaya (Hasan, dalam kazi , 2013:90).

Menurut Kotler dan Keller (2016:225) mendefinisikan sebagai berikut: *Trust is willingness of a firm to rely on a business partner. It depends on a number of interpersonal and interorganizational factors, such as firm perceived competence, integrity, honesty, and benevolence.* Arti dari definisi itu adalah bahwa kepercayaan adalah kesediaan pihak perusahaan untuk mengandalkan mitra bisnis. Berdasarkan definisi di atas kepercayaan merupakan penilaian hubungan seorang dengan orang lain yang dipengaruhi beberapa faktor interpersonal antar organisasi.

Indikator kepercayaan terbentuk menjadi 3 hal yang sering menjadi acuan adalah :

1. Kejujuran
2. Kebaikan
3. Kompetensi

Komitmen

Menurut P.Robbins dan Judge (2011:74) komitmen adalah keadaan dimana seseorang memihak suatu organisasi serta tujuan-tujuan dan keinginannya mempertahankan keanggotaannya dalam sebuah organisasi. Menurut Rasyid (2005) dalam (Peyman Jesri *et al* 2013) mendefinisikan komitmen adalah tidak dapat di pengaruhi rayuan dari pihak pesaing, mempunyai ikatan keterikatan terhadap produk dan bank, nasabah dan pihak bank

terlibat komitmen melanjutkan hubungan dalam waktu yang lama, mempunyai keinginan melanjutkan hubungan dimasa akan datang serta berkomitmen meningkatkan hubungan dengan bank.

Loyalitas Nasabah

Menurut Kotler (2012:47) konsumen yang loyal tidak diukur dari beberapa banyak dia membeli tapi dari beberapa sering dia melakukan pembelian ulang, termasuk merekomendasikan orang lain untuk membeli. Pendekatan perilaku memfokuskan pada perilaku konsumen purna pembelian dan mengukur loyalitas berdasarkan tingkat pembelian, frekuensi, dan kemungkinan melakukan kembali pembelian.

Menurut Dimitriades (2006) dalam Norailis Ab.Wahab (2013:265) loyalitas nasabah dapat diukur melalui beberapa indikator :

1. Setia kepada Bank
2. Melakukan transaksi secara teratur dan berulang-ulang
3. Merekomendasikan produk-produk bank ke orang lain
4. Merekomendasikan pelayanan bank ke orang lain
5. Tidak tertarik beralih ke bank lain.

Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah

Kualitas layanan merupakan faktor penting untuk mempertahankan nasabah untuk tidak berpindah pada bank lain. Bank harus berusaha sebaik mungkin menciptakan dan meningkatkan loyalitas nasabahnya dengan memberikan layanan yang berkualitas.

Kualitas layanan yang dimaksud terdiri dari kelengkapan dan tampilan fisik layanan yang ada di bank (*tangibles*), proses

pelayanan yang cepat dan akurat (*reliability*), cara petugas bank yang tanggap, sopan dan ramah ketika melayani nasabah (*responsiveness*), terjaminnya kerahasiaan data nasabah, penyelesaian komplain sesuai yang dijanjikan, serta adanya perhatian tulus yang ditunjukkan oleh petugas bank atas keluhan nasabah

Hasil penelitian dari Heryeni (2017:10) menunjukkan bahwa kualitas layanan terdapat pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Dari penelitian Elkana Cheruiyot Rorrio (2015:10) juga menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah.

Pengaruh Kepercayaan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah

Kepercayaan merupakan bagian yang sangat penting bagi kesuksesan bagi sebuah perusahaan. Jika bank mendapat masalah yang berupa pelayanan yang lambat atau complain dari nasabahnya dan pihak bank dapat menyelesaikan dengan memberikan pelayanan yang cepat dan mudah bagi nasabahnya dan cepat tanggap dalam menangani komplain dari nasabahnya, maka bank tersebut akan dipercayai oleh nasabahnya dan secara otomatis bank tersebut akan memperoleh kepercayaan yang baik oleh nasabahnya

Hasil penelitian dari Heryeni (2017:10) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan kepercayaan nasabah terhadap loyalitas nasabah. Dari penelitian Muchamad Taufiqur Rachman (2015:86) juga menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan kepercayaan nasabah terhadap loyalitas nasabah.

Pengaruh Komitmen Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah

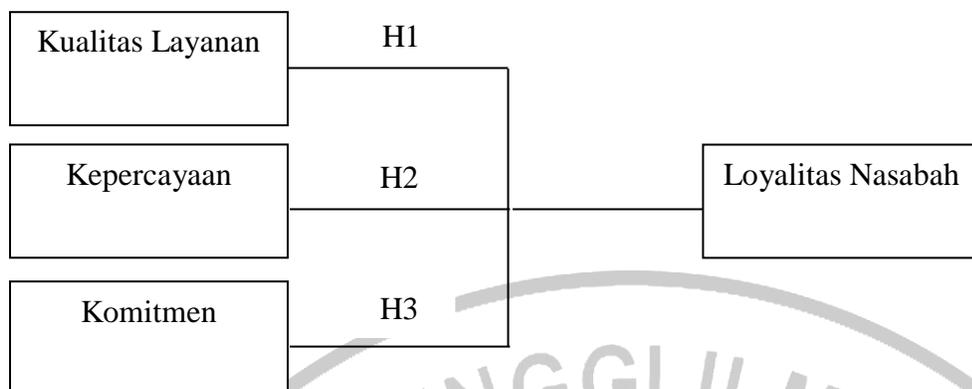
Komitmen adalah suatu sikap yang merupakan niat untuk mempertahankan keterbukaan jangka panjang. Demikian juga dalam hubungan penyedia jasa dan pelayanan, komitmen didefinisikan sebagai suatu janji sekaligus menjadi kecenderungan untuk melawan perubahan preferensi yang menjadi sebuah kunci untuk loyalitas yang dimana sebagian besar dijelaskan oleh keinginan pelanggan untuk mengidentifikasi pemilihan suatu merk / jasa layanan yang dipilih oleh pelanggan atau nasabah.

Bentuk komitmen dibedakan atas *continuance*, *affectif*, dan *normative comminent*.

1. *Continuance Commitment* dalam hubungan pemasaran adalah komitmen yang timbul karena konsumen terikat pada suatu perusahaan dan akan membutuhkan biaya dan waktu apabila ia pindah ke perusahaan yang lain.
2. *Affective Commitment* merupakan komitmen yang muncul karena masing-masing pihak yang berhubungan merasa yakin bahwa diantara mereka terdapat nilai-nilai yang sejalan
3. *Normative Commitment* adalah komitmen yang timbul karena konsumen wajib menjalankan suatu bisnis usaha dengan perasaan tertentu.

(Farida Jasfar, 2005:179)

Hasil penelitian dari Peyman Jesri *et al*(2013:307) menunjukkan bahwa komitmen nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Dari penelitian Muchamad Taufiqur Rachman (2015:86) juga menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan komitmen nasabah terhadap loyalitas nasabah



Sumber :Heryeni(2017), Elkana (2015) dan Muhammad Turkie Alshurideh (2017)

Gambar 1
KERANGKA PEMIKIRAN

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan pemikiran penelitian diatas maka hipotesis dari rumusan masalah yang diteliti adalah :

- H1 : kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Tabungan Simpeda Bank Jatim di Surabaya.
- H2 : kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Tabungan Simpeda Bank Jatim di Surabaya.
- H3 : komitmen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Tabungan Simpeda Bank Jatim di Surabaya.
- H4 : kualitas layanan, kepercayaan dan komitmen secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah Tabungan Simpeda Bank Jatim di Surabaya.

METODE PENELITIAN

Rancangan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan. Dan Komitmen terhadap Loyalitas Nasabah dalam menggunakan Tabungan Simpeda di Surabaya. Dalam

penelitian ini metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabnya (Sugiyono, 2015:142) Jika dilihat dari tujuannya penelitian ini adalah penelitian kausal, karena penelitian ini menjelaskan tentang sebab akibat dalam bentuk pengaruh antar variabel melalui pengujian hipotesis.

Data yang didapat dari kuesioner sudah di bagikan kepada nasabah Bank Jatim yang menggunakan Tabungan Simpeda Penelitian ini ditinjau dari metode analisis deskriptif. Menurut Mudrajat Kuncoro (2013 : 144) metode penelitian deskriptif merupakan penelitian yang meneliti dimana suatu pernyataan yang sederhana untuk dijawab. Data yang digunakan dalam penelitian deskriptif adalah survey, observasi serta wawancara.

Pengukuran Variabel

Penelitian ini menggunakan skala likert. Skala likert merupakan skala yang didasarkan pada jumlah sikap responden dalam merespon pertanyaan yang berkaitan dengan indikator-indikator dalam suatu

variabel yang sedang diukur (Sugiyono,2015:93-94).

Penelitian ini diukur berdasarkan responden nasabah dalam kuesioner, skala pengukurannya ada lima tingkatan pilihan jawaban yang akan digunakan untuk nilai variabel dengan penjelasan sebagai berikut :

1. Skor 1 dengan jawaban (sangat tidak setuju)

2. Skor 2 dengan jawaban (tidak setuju)
3. Skor 3 dengan jawaban (ragu)
4. Skor 4 dengan jawaban (setuju)
5. Skor 5 dengan jawaban (sangat setuju)

Dalam penentuan intervalnya menggunakan rumus interval sebagai berikut :

$$\text{Interval kelas} : \frac{\text{Nilai tertinggi}-\text{Nilai terendah}}{\text{Jumlah kelas}} = \frac{5-1}{5} = 0,8$$

Tabel 1
INTERVAL KELAS

Nilai	Kategori	Interval
1	Sangat Tidak Setuju	$1 \leq X \leq 1,8$
2	Tidak Setuju	$1,8 < X \leq 2,6$
3	Netral	$2,6 < X \leq 3,4$
4	Setuju	$3,4 < X \leq 4,2$
5	Sangat Setuju	$4,2 < X \leq 5$

Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Sampel dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Jatim di Surabaya yang sesuai dengan kriteria responden sebagai berikut :

1. Nasabah aktif bank Jatim
2. Nasabah yang berumur minimal 19 tahun dan telah memiliki rekening di Bank Jatim.
3. Nasabah pernah melakukan transaksi di kantor cabang di Surabaya

Teknik pengambilan sampel menggunakan *Metode Purposive Sampling*. Teknik sampling ini digunakan pada penelitian-penelitian yang lebih mengutamakan tujuan penelitian daripada sifat populasi dalam menentukan sampel penelitian (Burhan, 2013 : 118)

Data dan Metode Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer. Metode

pengumpulan data yang dipakai dalam penelitian menggunakan teknik kuesioner. Setiap responden diberikan pertanyaan kemudian diminta untuk memberikan penilaian atas pertanyaan yang diajukan, dengan pilihan jawaban yang disediakan.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, uji asumsi klasik, dan regresi linier berganda. Analisis deskriptif merupakan statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan data yang berkumpul. Uji asumsi klasik bertujuan untuk mengukur tingkat keeratan hubungan atau pengaruh antar variabel bebas. Linier berganda digunakan untuk memperoleh gambaran yang menyeluruh mengenai hubungan antara variabel independen dan variabel dependen

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Tabel 2 adalah gambaran mengenai karakteristik responden penelitian berdasarkan usia bisa diharapkan untuk dapat menggambarkan usia responden yang sudah menggunakan Tabungan Simpeda Bank Jatim, rata-rata didominasi oleh responden yang memiliki karakteristik usia dengan jumlah terbanyak yaitu usia 19-30 tahun dengan jumlah presentase 50% atau 55 orang. Sedangkan pada presentase yang lainnya memiliki usia 31-40 tahun mempunyai jumlah presentase sebesar 23% atau 25 orang. Sedangkan pada presentase usia >40 tahun sebesar 19% atau 21 orang. Presentase terendah terdapat pada usia <19 tahun sebesar 8% atau sebanyak 9 orang. Karakteristik berdasarkan pekerjaan pada presentase karakteristik pekerjaan terbanyak adalah pegawai swasta dengan presentase 45% atau sebanyak 50 orang sedangkan karakteristik pekerjaan pelajar/mahasiswa presentase 26% atau sebanyak 29 orang. Untuk karakteristik berdasarkan pekerjaan PNS presentasinya 5% atau 5 orang. Untuk karakteristik berdasarkan pekerjaan

wiraswasta presentase 23% atau 25 orang dan karakteristik pekerjaan lainnya 1% atau 1 orang. Selanjutnya karakteristik responden berdasarkan pendidikan tertinggi berada pada pendidikan SMA sebesar 45% atau 50 orang. Karakteristik responden berdasarkan pendidikan Sarjana/Pasca Sarjana presentase nya 36% atau 40 orang. Sedangkan karakteristik responden berdasarkan pendidikan Diploma presentase nya 15% atau 17 orang dan karakteristik berdasarkan pendidikan terendah berada pada pendidikan SD/SMP presentase 3% atau 3 orang. Karakteristik responden berdasarkan lama menjadi nasabah Bank Jatim selama 7 s/d 1 tahun presentase 27% atau 30 orang sedangkan karakteristik responden berdasarkan lama menjadi nasabah Bank Jatim selama 5 tahun presentase 27% atau 30 orang. Karakteristik responden berdasarkan lama menjadi nasabah Bank Jatim selama <6 bulan presentase 23% atau 25 orang. Karakteristik responden berdasarkan lama menjadi nasabah Bank Jatim selama >1 s/d 5 tahun presentase 18% atau 20 orang dan karakteristik responden berdasarkan lama menjadi nasabah Bank Jatim selama <5 tahun presentase 5% atau 5 orang.

Tabel 2
Karakteristik Responden Penelitian

Karakteristik	Kategori	Jumlah	Presentase
Usia	<19 tahun	9	8%
	19-30 tahun	55	50%
	31-40 tahun	25	23%
	>40 tahun	21	19%
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	29	26%
	Pegawai Swasta	50	45%
	PNS	5	5%
	Wiraswasta	25	23%
	Lain-lain	1	1%
Pendidikan	SD/SMP	3	3%
	SMA	50	45%
	Diploma	17	15%

	Sarjana/Pasca Sarjana	40	36%
Lama menjadi nasabah	<6 bulan	25	23%
	7 s/d 1 tahun	30	27%
	>1 s/d 5 tahun	20	18%
	5 tahun	30	27%
	<5 tahun	5	5%

UJI ASUMSI KLASIK

Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini terdapat beberapa pengujian yang dilakukan. uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi pengganggu atau residual atau memiliki distribusi normal, pada penelitian ini bahwa nilai *Asymp.Sig* (2-tailed) sebesar 0,850 nilai tersebut lebih besar dari 0,05 yaitu $0,850 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima atas data berdistribusi normal.

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas, pada

penelitian ini dapat dilakukan dengan menghitung nilai $VIF > 10$ sehingga didapatkan hasil bahwa penelitian ini tidak terjadi multikolonieritas.

Pengujian yang terakhir uji autokorelasi didapatkan dari tabel Durbin Watson di ketahui bahwa variabel $k = 3$ dengan responden sebanyak 110 diperoleh nilai $DU = 1,7455$. Maka nilai D pada $Du < d < 4 < du$ atau $1,7455 < 1,815 < 2,2545$ dapat disimpulkan bahwa variabel terbebas dari autokorelasi.

HASIL ANALISIS LINEAR BERGANDA

Tabel 3
Analisis Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	sig	Partial
	B	Std Error	Beta			
(constant)	10.070	2.048		4.917	.000	
Kualitas Layanan	.264	.081	.317	3.265	.001	.298
Kepercayaan	-.241	.110	-.204	-2.197	.030	-.201
Komitmen	-.041	.089	-.044	-.456	.649	-.042

Model regresi

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

$$Y = 10.070 + 0,264X_1 - 0,241X_2 - 0,041X_3 + 2,048$$

Uji F

Uji F ini digunakan untuk menguji apakah kualitas layanan, kepercayaan, komitmen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Jatim di Surabaya. Dari pengujian Uji F yang dilakukan dapat disimpulkan nilai signifikan $0,005 (< 0,05)$ maka H_0 di tolak H_1 diterima. Artinya bahwa variabel-variabel bebas yaitu kualitas layanan, kepercayaan, komitmen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu loyalitas nasabah.

Uji T

Berdasarkan tabel 3 hasil analisis uji regresi berganda dapat disimpulkan dalam pengujian Uji t bahwa kualitas layanan memiliki nilai signifikan sebesar $0,001$ yang artinya kualitas layanan berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan produk Tabungan Simpeda Bank Jatim di Surabaya. Kepercayaan memiliki nilai signifikan sebesar $0,030$ yang artinya kepercayaan berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan produk Tabungan Simpeda Bank Jatim di Surabaya. Sedangkan komitmen memiliki nilai signifikan sebesar $0,649$ artinya nilai signifikan berpengaruh negatif terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan

Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah

Berdasarkan penelitian ini dapat disimpulkan dari hasil uji T dengan angka signifikansi sebesar $0,030 < 0,05$ dimana ada pengaruh signifikan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah. Maka, semakin

produk Tabungan Simpeda Bank Jatim di Surabaya.

Uji Koefisiensi Determinasi (R^2)

Pada tabel koefisien determinasi simultan didapatkan nilai R^2 sebesar $0,115$ yang menjelaskan bahwa variabel kualitas layanan, kepercayaan, komitmen menunjukkan perubahan variasi yang terjadi variabel dependen sebesar $11,5\%$ dan sisanya $88,5\%$ disebabkan variabel lain di luar variabel penelitian.

Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah

Berdasarkan uji t disimpulkan dengan angka signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ bahwa kualitas layanan dalam mempengaruhi loyalitas nasabah sangat berpengaruh signifikan. Apabila nasabah dapat merasakan kualitas layanan yang baik dalam menggunakan produk Tabungan Simpeda maka kualitas layanan yang diberikan Bank Jatim semakin meningkat. Hasil ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Haryeni (2017) yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Kualitas nasabah didefinisikan sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa kualitas yang diberikan oleh Bank Jatim sangat akurat, cepat dan tanggap dalam mengatasi keluhan nasabah.

tinggi tingkat sikap kepercayaan pada Bank Jatim baik mengenai keandalan, kejujuran, kepedulian serta kredibilitas Bank Jatim akan membuat nasabah merasa senang sehingga nasabah akan semakin loyal dalam menggunakan produk Tabungan Simpeda Bank Jatim. Hasil ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Haryeni

(2017) yang menyatakan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hasil dari penelitian yang kedua Muchammad Taufiqur Rachmad (2015) yang juga menyatakan bahwa kepercayaan sangat berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Dari peneliti yang ketiga Dimas Satrio (2014) menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Pengaruh Komitmen dengan Loyalitas Nasabah

Berdasarkan penelitian ini dapat disimpulkan dari hasil uji T dengan angka signifikansi sebesar $0,649 > 0,05$ dimana tidak ada pengaruh signifikan komitmen terhadap loyalitas nasabah, maka semakin rendah tingkat komitmen yang diberikan Bank Jatim menimbulkan dampak bagi nasabah untuk mempertimbangkan keinginan untuk mempertahankan dan mengembangkan hubungan yang baik dengan Bank Jatim. Hasil ini berbeda dengan penelitian terdahulu yang dilakukan Haryeni (2017) yang menyatakan bahwa komitmen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hasil penelitian yang kedua Muchammad Taufiqur (2015) menyatakan bahwa secara parsial komitmen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Komitmen terhadap Loyalitas Nasabah dalam menggunakan produk Tabungan Simpeda Bank Jatim

Pada uji F diketahui bahwa variabel kualitas layanan, kepercayaan, komitmen secara

keseluruhan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan produk Tabungan Simpeda Bank Jatim. Koefisien determinasi (*Rsquare*) sebesar 0,115 menunjukkan perubahan atau variasi yang terjadi pada variabel dependen 1,15 persen yang disebabkan oleh variabel independen secara bersama-sama dan sisanya sebesar 88,5 persen yang digunakan dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil tersebut, maka loyalitas nasabah dipengaruhi oleh tiga macam bentuk variabel yaitu kualitas layanan, kepercayaan, komitmen hal tersebut dapat mempengaruhi loyalitas nasabah dalam menggunakan produk Tabungan Simpeda Bank Jatim.

KESIMPULAN

Penelitian ini dilakukan di wilayah Surabaya dengan sampel sejumlah 140 responden yang merupakan nasabah Bank Jatim di Surabaya. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya maka kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut: Kualitas layanan secara parsial berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas nasabah dalam memilih produk Tabungan Simpeda Bank Jatim di Surabaya. Kepercayaan secara parsial tidak berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas nasabah dalam memilih produk Tabungan Simpeda Bank Jatim di Surabaya. Komitmen secara parsial tidak berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas nasabah dalam memilih produk Tabungan Simpeda Bank Jatim di Surabaya. Kualitas layanan, kepercayaan, komitmen secara bersama-sama memiliki pengaruh

signifikan positif terhadap loyalitas nasabah dalam memilih produk Tabungan Simpeda Bank Jatim di Surabaya.

KETERBATASAN PENELITIAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan ini memiliki beberapa keterbatasan diantaranya adalah untuk memenuhi jumlah kuisioner saat menyebarkan beberapa nasabah Bank Jatim tidak berkenan untuk mengisi kuisioner dan rendah R^2 karena masih banyak variabel lain di luar variabel yang mempengaruhi.

SARAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan baik penelitian terdahulu ataupun saat ini maka penelitian memberikan saran yang bisa digunakan sebagai bahan pertimbangan terutama bagi Bank Jatim pada variabel kualitas layanan yang berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas nasabah dalam memilih produk Tabungan Simpeda mengindasikan bahwa Bank Jatim mampu memberikan kualitas layanan yang cepat dan tanggap dalam mengatasi beberapa masalah yang di hadapi oleh nasabah Bank Jatim dan mampu memberikan informasi yang akurat dan bagi penelitian selanjutnya untuk mendapatkan hasil yang lebih maksimal maka di sarankan untuk mengambil jumlah responden yang lebih banyak serta menambah jumlah variabel.

DAFTAR RUJUKAN

Abdul Ghofur Anshori 2007, Perbankan Syariah di Indonesia, UGM Yogyakarta

Elkana Cheruiyot Rorio 2015. "Factor Influencing Customer Loyalty In The Banking Sector A Case Commercial Banks In Mombasa Kenya". (*International journal of research in management & business studies*) Vol. 2 Iss. 1 Jan - Mar 2015

Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2016. *Service Quality and Satisfaction*. Edisi 4. Yogyakarta : ANDI

Haryeni 2017. "Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Kepuasan Nasabah Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Tabungan Bank Rakyat Indonesia (Persero) TBK Kantor Cabang Khatib Sulaiman" *jurnal ekonomi & bisnis dharma andalas* Vol. 19 No. 2

Imam, Ghazali, 2013. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21*. Edisi 7, Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang

Muhammad Turki Alshurideh 2017. "The Impact Of Islamic Bank's Service Quality Perception On Jordanian Customer's Loyalty". *Journal of management reseach* Vol. 9 Iss No. 2

Muhammad Taufiqur Rachman 2015. "Pengaruh Kepercayaan Nasabah Dan Komitmen Antara Nasabah Dan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada Bank BPR Jatim Bank UMKM Jatim Cabang Blitar)". *Riset mahasiswa ekonomi* Vol. 2 No. 01

Malhotra, Naresh K. 2009. *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan* Jilid 1. Jakarta: PT Index.

M. Burhan 2013. *Metodologi Penelitian Social Dan Ekonomi: Format-Format Kuantitatif Dan Kualitatif Untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Public, Komunikasi, Manajemen, Dan Pemasaran*. Jakarta: Kencana

Rambat Lupiyoadi 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa, Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Salemba Empat

Sangadji, E.M., dan Sopiah. 2013. *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis* Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Nanajemen*. Pendekatan: Kuantitatif Kualitatif, Kombinasi (*Mixed Methods*), Penelitian Tindakan (*Action Research*) Dan Penelitian Evaluasi. Penerbit Alfabeta Bandung

Tran Van Quyet 2015. "Service Quality Effects On Customer Satisfaction In Banking Industry" (*International journal of u- and e- service, science and technology*) Vol. 8 No. 8

Tony Wijaya 2011. *Manajemen Kualitas Jasa* Jakarta : PT Indeks

