

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank BTPN KCP Probolinggo

Felani Nur Azyzy¹, Dr. Ainun Jariah, S.E., MM. ², Anisatul Fauziah, S.Pd., M.Pd.³

Program Studi Manajemen, Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang, Indonesia¹²³

Email: felaninurazyzy09@gmail.com¹, ainun@dosen.itbwigalumajang.ac.id², anisatulfauziah3@gmail.com³

INFO ARTIKEL

Volume 6
Nomor 1
Bulan September
Tahun 2023
Halaman 328-337

ABSTRAK

Bank merupakan lembaga keuangan yang menjadi tempat bagi perusahaan, badan-badan pemerintahan dan swasta, maupun perorangan untuk menyimpan dana. Hubungan antara pihak bank dengan nasabah menyangkut kebutuhan terhadap jasa-jasa bank dan kesanggupan serta kesediaan bank untuk memenuhi kebutuhan nasabah. Salah satu syarat yang bisa dipenuhi adalah berusaha untuk menciptakan dan mempertahankan nasabahnya, karena nasabah merupakan salah satu faktor terpenting bagi perkembangan suatu bank. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini memiliki tujuan yaitu untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan dan kepercayaan akan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah bank BTPN Kcp Probolinggo. Jenis penelitian ini adalah Penelitian Kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank BTPN Kcp Probolinggo selama 1 bulan. Dalam penelitian ini menggunakan cara *sample random sampling* dan teknik *roscoe*. Sehingga sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 75 nasabah Bank BTPN Kcp Probolinggo. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda dengan alat statistik SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank BTPN Kcp Probolinggo. Berdasarkan penelitian ini, diharapkan kepada pihak Bank BTPN Kcp Probolinggo untuk selalu memperhatikan dan memberikan kualitas pelayanan yang baik sesuai dengan SOP perusahaan selain itu juga menciptakan kepercayaan kepada nasabah terkait pelayanan yang diberikan.

Kata Kunci: Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Nasabah

ABSTRACT

Bank is a financial institution that is a place for companies, government and private agencies, as well as individuals to store funds. The relationship between the bank and the customer concerns the need for bank services and the ability and willingness of the bank to meet customer needs. One of the conditions that can be fulfilled is trying to create and retain customers, because customers are one of the most important factors for the development of a bank. Based on this background, this research has a goal, namely to find out whether service quality and trust will affect customer

loyalty at Bank BTPN Kcp Probolinggo. This type of research is Quantitative Research. The population in this study were customers of Bank BTPN KCP Probolinggo for 1 month. In this study using random sampling method and roscoe technique. So that the samples used in this study were 75 customers of Bank BTPN KCP Probolinggo. The method used in this study is multiple linear regression with SPSS statistical tools. The results of this study indicate that service quality and trust have a significant effect on customer loyalty at Bank BTPN KCP Probolinggo. Based on this research, it is expected that Bank BTPN Kcp Probolinggo will always pay attention to and provide good service quality in accordance with the company's SOP while also creating trust in customers regarding the services provided.

Keywords: *Trust, Service Quality, Customer Loyalty*

PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi suatu Negara ditandai dengan perkembangan industri perbankan pada Negara tersebut. Semakin berkembang industri perbankan, maka semakin baik juga pertumbuhan ekonomi pada suatu Negara. Pada era globalisasi saat ini, memiliki suatu fenomena yang tidak terhindarkan dalam dunia industri perbankan. Hal ini ditandai dengan adanya perubahan serba cepat dibidang komunikasi, informasi dan teknologi, baik dalam kegiatan manufaktur maupun jasa yang sangat membutuhkan kemampuan baru agar perusahaan dapat berhasil dengan cara kompetitif. Kenyataan seperti ini tidak dapat dipungkiri lagi, sehingga setiap bank akan dituntut untuk menggunakan berbagai cara dalam menarik minat masyarakat. Bank sendiri merupakan lembaga keuangan yang menjadi tempat bagi perusahaan, badan-badan pemerintahan dan swasta, maupun perorangan untuk menyimpan dana (Sedjati, 2013:3). Melalui berbagai kegiatan perbankan dan berbagai jasa yang diberikan, bank melayani kebutuhan pembiayaan serta melancarkan mekanisme sistem pembayaran bagi semua sektor perekonomian. Hubungan antara pihak bank dengan nasabah menyangkut kebutuhan terhadap jasa-jasa bank dan kesanggupan serta kesediaan bank untuk memenuhi kebutuhan nasabah. Salah satu syarat yang bisa dipenuhi adalah berusaha untuk menciptakan dan mempertahankan nasabahnya, karena nasabah merupakan salah satu faktor terpenting bagi perkembangan suatu bank.

Tanpa adanya nasabah, suatu bank tidak akan dapat menjalankan kegiatan berbisninya dengan baik. Dalam menarik minat nasabah, bank biasanya menawarkan jasanya dengan meningkatkan kualitas dari segi pelayanan, pemberian hadiah yang biasanya berupa undian, menawarkan produk yang menarik seperti produk tabungan dan juga kredit pinjaman, suku bunga rendah, hingga pemanfaatan teknologi untuk memberikan kemudahan dalam bertransaksi yang bertujuan untuk memberikan kenyamanan bagi nasabah. Selain itu, dengan mengedepankan kualitas pelayanan yang diharapkan nasabah dan memberikan solusi tentang apa yang dibutuhkan nasabah, nantinya akan membuat nasabah tertarik untuk menggunakan jasa bank yang dipilih. Adapun beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan jasa layanan bank yang akan dipilih yaitu seperti melihat dari faktor produk, pelayanan, promosi, lokasi dan keamanan dari bank.

Kualitas pelayanan yang baik dan sesuai dengan peraturan maupun etika perbankan, dapat memberikan dorongan kepada nasabah untuk menjalin hubungan yang kuat, sehingga nasabah bisa

memberikan loyalitas lebih pada bank. Memberikan kualitas pelayanan yang baik merupakan suatu motivasi kerja bagi pihak bank dalam mempertahankan nasabahnya, yang artinya nasabah tersebut merasa puas dan menjadi loyal terhadap bank. Menurut Dewi (2018) kualitas layanan yaitu seluruh karakteristik dan ciri yang dimiliki sebuah jasa maupun produk agar dapat menciptakan rasa puas terhadap konsumen. Menurut Arianto (2018:83) kualitas pelayanan dapat diartikan dengan berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Menurut Tjiptono (2017:174-175) strategi kualitas pelayanan tidak terlepas dari lima dimensi kualitas yaitu: wujud fisik (*tangible*), empati (*emphaty*), kehandalan (*reability*), daya tangkap (*responsiveness*), dan jaminan (*assurance*). Kelima dimensi kualitas pelayanan tersebut dimaksudkan untuk mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan sebagai saran untuk mengevaluasi serta memperbaiki kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah, sehingga nasabah memiliki kepercayaan penuh terhadap bank.

Kepercayaan sangat penting sekali ditumbuhkan pada nasabah, agar dapat terus bermitra pada bank yang diminati. Jadi, selain mengandalkan kualitas pelayanan yang baik, bank juga membutuhkan kepercayaan dari nasabah. Hal ini dikarenakan salah satu fungsi dari perbankan adalah sebagai lembaga intermediasi. Sehingga untuk memperoleh kepercayaan nasabah, bank harus dapat bekerja secara profesional sesuai dengan yang diharapkan nasabah, dimulai dari segi keuangan, segi pelayanan dan segi pemasaran. Semua itu harus dikelola dengan baik, serta bank diharapkan untuk semakin kreatif dalam menghasilkan produk-produk terbaru yang diinginkan juga dibutuhkan masyarakat atau nasabah. Kepercayaan merupakan sebuah jenis refleksi emosional. Hal tersebut tergantung pada tingkat pemenuhan produk yang diharapkan, serta tingkat harapan dari hasil yang didapatkan. Menurut Morgan dan Hunt dalam Neny Kusumadevi (2017) kepercayaan adalah variabel kunci dalam mengembangkan keinginan yang tahan lama untuk terus mempertahankan hubungan jangka panjang. Ketika nasabah merasa diberikan pelayanan yang melebihi dari apa yang diharapkan, nasabah akan percaya dan akan menggunakan kembali jasa bank tersebut dengan menjadi nasabah yang setia juga dapat membangun loyalitas nasabah pada bank. Begitu juga sebaliknya, apabila nasabah merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan oleh bank, maka nasabah tidak akan menggunakan jasa dari bank tersebut, nasabah tidak akan memiliki kepercayaan lagi pada bank meskipun ada berbagai produk-produk menarik yang ditawarkan oleh bank. Hal ini dapat menyebabkan menurunnya tingkat loyalitas dan juga jumlah nasabah pada bank, selain itu juga dapat menyebabkan citra baik dan eksistensi bank menurun dimata masyarakat terutama nasabahnya. Adanya kepercayaan kepada bank, menandakan bahwa nasabah memiliki kepuasan akan layanan yang diberikan bank. Apabila nasabah memiliki kepercayaan positif kepada bank, maka akan terlihat loyalitas nasabah kepada bank. Nasabah yang loyal, merupakan aset yang tidak ternilai bagi bank, karena dengan adanya loyalitas nasabah, kinerja laba bank akan meningkat. Menurut Kotler dan Armstrong (2018:227) menjelaskan bahwa loyalitas pelanggan merupakan komitmen pelanggan terhadap suatu merek tokoh, atau pemasok berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang secara konsisten. Karakteristik dari pelanggan loyal menurut Griffin dalam R. Neny Kusumadewi (2017) antara lain: melakukan pembelian ulang secara teratur, membeli diluar lini produk atau jasa, mengajak orang lain dan tidak terpengaruh oleh tarikan persaingan produk sejenis lainnya.

Loyalitas nasabah pada suatu perbankan haruslah menjadi perhatian khusus oleh para karyawan, agar dapat bertahan dengan dunia persaingan perbankan. Bank BTPN dituntut agar dapat memberikan perhatian yang berharga dan dapat memberikan kesan baik kepada nasabah. Salah satu faktor yang berharga dan dapat memberikan kesan mendalam bagi nasabah yaitu memberikan kepuasan melalui kualitas pelayanan yang baik dan menumbuhkan kepercayaan pada nasabah. Kualitas pelayanan dan kepercayaan itulah yang merupakan kunci utama untuk meningkatkan loyalitas nasabah. Berdasarkan uraian diatas, maka perumusan masalah pada penelitian ini yaitu: (1) apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank BTPN Kcp Probolinggo? (2) apakah kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank BTPN Kcp Probolinggo. Berdasarkan fenomena dan beberapa uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ Pengaruh Kualitas pelayanan Dan

Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank BTPN Kcp Probolinggo”. Dan tujuan dari penelitian ini yaitu: (1) untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah Bank BTPN Kcp Probolinggo, (2) untuk menguji dan menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah Bank BTPN Kcp Probolinggo.

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dijabarkan diatas, maka dapat ditarik hipotesis dalam penelitian ini yaitu seperti:

- H1 : Terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan Yang Signifikan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank BTPN Kcp Probolinggo.
H2 : Terdapat Pengaruh Kepercayaan Yang Signifikan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank BTPN Kcp Probolinggo.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Metode Penelitian Kuantitatif. Dalam penelitian ini menggunakan metode penentuan sampel menggunakan *sample random sampling*. Penelitian ini menggunakan teknik yang dapat digunakan dalam menentukan ukuran sampel yaitu teknik Roscoe. Sehingga sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 75 nasabah yang melakukan transaksi di Bank BTPN Kcp Probolinggo. Langkah analisis data penelitian ini terdiri dari Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linier Berganda, Uji Hipotesis, dan Koefisien Determinasi.

RESULTS AND DISCUSSION

Hasil Analisis Data

Menurut Sugiyono (2018) Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner ini juga merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tau dengan variabel yang akan diukur dan tau apa yang diharapkan responden. Dengan menyebarkan kuesioner diharapkan akan mendapatkan tanggapan dari responden terhadap variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara membagikan kuesioner kepada 75 nasabah Bank BTPN Kcp Probolinggo. Hasil dari perolehan kuesioner dalam penelitian ini dapat dilihat pada lampiran rekapitulasi data responden nasabah Bank BTPN Kcp PProbolinggo. Selanjutnya data yang sudah terkumpul, dianalisis dengan menggunakan program SPSS.

Tabel 1 Hasil deskripsi Responden

	Keterangan	Frekuensi	Prosentase
Usia			
	≤ 25 tahun	5	7%
	26 – 30 tahun	13	17%
	31 – 40 tahun	20	27%
	41 – 50 tahun	30	40%
	≥ 51 tahun	7	9%
	Total	75	100%
Jenis Kelamin			
	Laki-laki	50	67%
	Perempuan	25	33%
	Total	75	100%
Pekerjaan			
	PNS	4	5%
	Pensiunan Perhutani	16	21%

Keterangan	Frekuensi	Prosentase
Pensiunan PNS	30	40%
Pensiunan Asabri	20	27%
Lainnya	5	7%
Total	75	100%
Pendidikan Terakhir		
SD	13	17%
SMP	15	20%
SMA	20	27%
Sarjana	27	36%
Total	75	100%

Sumber: Hasil olah Data SPSS, 2023

Tabel 2 Hasil Uji Validitas

No.	Kuesioner	r hitung	r minimal	Signifikansi	Keterangan
1.	<u>Kualitas Pelayanan (X₁)</u>				
-	KP 1	0,565	0,3	0,000	Valid
-	KP 2	0,659	0,3	0,000	Valid
-	KP 3	0,859	0,3	0,000	Valid
-	KP 4	0,680	0,3	0,000	Valid
-	KP 5	0,802	0,3	0,000	Valid
2.	<u>Kepercayaan (X₂)</u>				
-	K 1	0,531	0,3	0,000	Valid
-	K 2	0,741	0,3	0,000	Valid
-	K 3	0,841	0,3	0,000	Valid
3.	<u>Loyalitas Nasabah (Y)</u>				
-	LN 1	0,669	0,3	0,000	Valid
-	LN 2	0,763	0,3	0,000	Valid
-	LN 3	0,825	0,3	0,000	Valid
-	LN 4	0,799	0,3	0,000	Valid

Sumber : Hasil Olah Data SPSS, 2023

Tabel 3 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien Cronbach Alpha	Interval Reliabilitas	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X ₁)	0,764	0,601 – 0,80	Reliabel
Kepercayaan (X ₂)	0,510	0,401 – 0,60	Cukup Reliabel
Loyalitas Nasabah (Y)	0,762	0,601 – 0,80	Reliabel

Sumber : Hasil Olah Data SPSS, 2023

Uji Asumsi Klasik

Tabel 4 Hasil Uji Normalitas

<i>Kolmogorov-Smirnov Z</i>	<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	Keterangan
0,825	0,504	Berdistribusi Normal

Sumber: Hasil Olah Data SPSS, 2023

Tabel 5 Hasil Uji Multikolinieritas

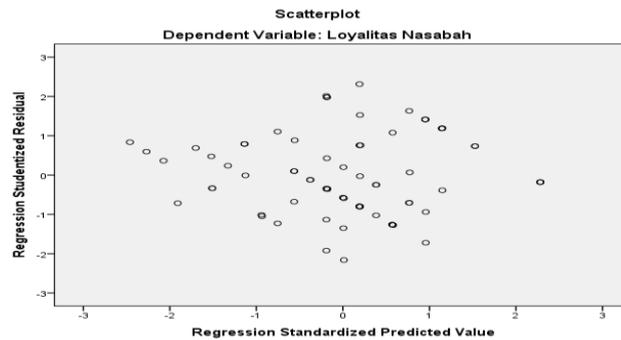
Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X ₁)	0,807	1,238	Bebas Multikolinieritas
Kepercayaan (X ₂)	0,807	1,238	Bebas Multikolinieritas

Sumber : Hasil Olah Data SPSS, 2023

Tabel 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Nilai Signifikan	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,748	Bebas Heteroskedastisitas
Kepercayaan	0,159	Bebas Heteroskedastisitas

Sumber : Hasil Olah Data SPSS, 2023



Tabel 7 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

No	Keterangan	Unstandardized Coefficients
1	(Constant)	4,240
2	Kualitas Pelayanan	0,293
3	Kepercayaan	0,577

Sumber : Hasil Olah Data SPSS, 2023

Model persamaan regresi yang dapat dituliskan dari hasil tersebut dalam bentuk persamaan regresi *Unstandardized coefficients* adalah sebagai berikut:

$$LN = 4,240\alpha + 0,293KP + 0,577K + 0,707$$

Keterangan :

- LN = Loyaltitas Nasabah
- 4,240 = Konstanta
- 0,293 = Konstanta Kualitas Pelayanan
- 0,577 = Konstanta Kepercayaan
- 0,707 = Error

Hasil Uji Hipotesis

Tabel 8 Hasil Uji t (Parsial)

No	Variabel	T	Sig.	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan	4,642	0,000	Berpengaruh Signifinakan
2	Kepercayaan	6,058	0,000	Berpengaruh Signifinakan

Sumber : Hasil Olah Data SPSS, 2023

Tabel 9 Hasil Uji F (Kelayakan Model)

Model	F	Sig.	Keterangan
Regression	51,345	0,000 ^b	Model Layak

Sumber : Hasil Olah Data SPSS, 2023

Tabel 10 Hasil Koefisien Determinasi (R²)

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
0,767 ^a	0,588	0,576	1,299

Sumber : Hasil Olah Data SPSS, 2023

PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank BTPN KCP Probolinggo

Pembahasan ini berkaitan dengan variabel kualitas pelayanan. Hasil pengujian hipotesis atas pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah menunjukkan terdapat pengaruh antara variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah Bank BTPN Kcp Probolinggo. Dari hasil analisis dapat disimpulkan kualitas pelayanan merupakan variabel yang benar berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Hal ini membuktikan bahwa banyaknya peningkatan nasabah baru pada bank BTPN Kcp Probolinggo.

Variabel kualitas pelayanan dalam penelitian ini mempunyai lima butir pernyataan, semua pernyataan menghasilkan predikat setuju lebih dominan dari predikat yang lain. Menurut Nasution dalam Rusydi (2017:156) kualitas pelayanan berarti tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Berdasarkan konsep tersebut, sebagai perusahaan yang bergerak dibidang perbankan, haruslah mempertahankan nasabahnya dan juga memuaskan nasabahnya yang berarti perusahaan harus memberikan kualitas pelayanan yang berkualitas kepada nasabahnya. Hal ini meliputi beberapa pernyataan dalam penelitian seperti: karyawan Bank BTPN Kcp Probolinggo memberikan kualitas pelayanan secara maksimal sesuai dengan kemampuan, sikap ramah dan profesional, bank BTPN Kcp Probolinggo mampu memberikan pelayanan dengan cepat, tepat, tanggap dan sesuai SOP (*Standart Operational Prosedure*), Bank BTPN Kcp Probolinggo memiliki fasilitas yang layak dan modern selain itu juga lokasinya yang strategis, Bank BTPN Kcp Probolinggo memperlakukan nasabah dengan penuh perhatian dan selalu mengutamakan kepentingan dan kenyamanan nasabah, dan ketanggapan Bank BTPN Kcp Probolinggo terhadap permasalahan ataupun pengaduan nasabah, membuat nasabah merasa diperhatikan.

Pada instrumen pertama karyawan Bank BTPN Kcp Probolinggo memberikan kualitas pelayanan secara maksimal sesuai dengan kemampuan, sikap ramah dan profesional. Disini dapat diketahui bahwa karyawan bank BTPN Kcp Probolinggo haruslah mengedepankan kualitas pelayanannya guna bersaing dengan bank lainnya. Dengan selalu memberikan pelayanan secara maksimal dan profesional ini akan memberikan dampak positif kepada pihak bank.

Pada instrumen kedua bahwa Bank BTPN Kcp Probolinggo mampu memberikan pelayanan yang cepat, tepat tanggap, dan sesuai SOP (*Standart Operasional Prosedure*). Untuk tingkat kualitas pelayanan pada Bank BTPN Kcp Probolinggo ini memang diharuskan sesuai dengan SOP yang telah dibuat bank. Dan setiap perusahaan bank memiliki tingkat SOP tersendiri dimana hal ini menjadi daya tarik tersendiri untuk penilaian nasabah dalam memilih bank.

Instrumen ketiga Bank BTPN Kcp Probolinggo memiliki fasilitas yang layak dan moden, selain itu juga lokasinya yang strategis. Pada hal ini memang sudah terbukti jika bank BTPN Kcp Probolinggo memiliki fasilitas modern yang memanfaatkan kecanggihan teknologi yaitu seperti pembuatan ATM dan aktivasinya *by phone*, jadi dengan begitu nasabah tidak perlu lagi mengantri untuk membuat ATM pada bank secara langsung. Selain itu terbukti juga dengan lokasinya yang strategis yaitu berada di tengah Kota Probolinggo atau dapat dikatakan berada di pusat kota. Sehingga alternatif umum menjadi terjangkau sekali.

Instrumen keempat yaitu Bank BTPN Kcp Probolinggo memperlakukan nasabah dengan penuh perhatian dan selalu mengutamakan kepentingan dan kenyamanan nasabah. Disini dapat dibuktikan dengan kelayakan nasabah kepada bank. Dengan memperhatikan kepentingan dan nyaman nasabah, nasabah akan merasa diperhatikan oleh bank dari situlah nasabah akan merasa puas oleh kinerja karyawan bank yang selalu mengedepankan nasabahnya. Apanila kepuasan ini terjadi berulang kali pada nasabah. Maka dengan sendirinya akan timbul loyalitas nasabah kepada bank.

Instrumen kelima ketanggapan karyawan Bank BTPN Kcp Probolinggo terhadap permasalahan ataupun pengaduan nasabah membuat nasabah merasa diperhatikan. Disini dibuktikan dengan banyaknya nasabah yang memberikan penilaian kepuasan setelah melakukan pelayanan maupun transaksi pada Bank BTPN Kcp Probolinggo. Setiap nasabah yang menghadap pada karyawan akan ditawarkan bantuan ataupun menanyakan perihal apa yang dibutuhkan atau yang ingin disampaikan terkait masalah yang terjadi.

Sebagai penjelasan tentang fenomena mengapa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank BTPN Kcp Probolinggo, hal ini dikarenakan nasabah Bank BTPN Kcp Probolinggo merasa puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan. Selain itu karyawan Bank BTPN Kcp Probolinggo juga selalu memberikan kualitas pelayanan yang baik sesuai dengan SOP dan dapat membuat nasabah merasa nyaman dalam melakukan transaksi sehingga dapat menimbulkan rasa percaya yang tinggi antara nasabah kepada Bank BTPN Kcp Probolinggo. Dengan adanya rasa kepercayaan yang tinggi, maka dengan sendirinya akan tercipta loyalitas nasabah pada bank. Dimana loyalitas nasabah ini sangatlah penting untuk kelanjutan bank kedepannya. Temuan penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Jariah, A (2013), Wijayanto et al., (2015), Suhastomo dan Khasanah, (2015), Afifah, I., & Sopiany (2017), Trisusanti (2017), Subagja & Taharuddin (2020), Santosa, dkk (2021), Dewi dan Abiyoga (2022), dan Al-Ghifari dan Khusnudin (2022) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan dan parsial terhadap loyalitas nasabah.

Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank BTPN KCP Probolinggo

Pembahasan ini berkaitan dengan variabel kepercayaan. Hasil pengujian hipotesis atas pengaruh variabel kepercayaan terhadap loyalitas nasabah menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel kepercayaan terhadap loyalitas nasabah. Dan dari hasil analisis dapat disimpulkan variabel kepercayaan benar berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Hal ini membuktikan bahwa banyaknya nasabah baru pada Bank BTPN Kcp Probolinggo.

Variabel kepercayaan dalam penelitian ini mempunyai tiga butir pernyataan, semua pernyataan menghasilkan predikat setuju lebih dominan dari predikat yang lain Menurut Mowen dan Minor dalam Priansa (2017:116) menyatakan bahwa kepercayaan adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen tentang objek, atribut dan manfaatnya. Berdasarkan konsep tersebut, dapat diketahui bahwa pengetahuan nasabah sangatlah berkaitan tentang pembahasan sikap, karena pengetahuan nasabah mengenai kualitas pelayanan yang diberikan merupakan suatu kepercayaan bagi nasabah. Hal ini meliputi beberapa pernyataan dalam penelitian ini, antara lain: karyawan Bank BTPN Kcp Probolinggo memberikan informasi yang benar sesuai dengan fakta, Bank BTPN Kcp Probolinggo memberikan *service* yang cepat dalam hal pencairan kredit dan pencairan tabungan, dan Bank BTPN Kcp Probolinggo mampu memberikan pelayanan dan keamanan dalam melakukan transaksi.

Pada instrumen pertama karyawan Bank BTPN Kcp Probolinggo memberikan informasi yang benar sesuai fakta. Disini dapat diketahui bahwa karyawan bank BTPN Kcp Probolinggo diharuskan selalu memberi informasi tentang apa yang diinginkan atau dibutuhkan nasabah secara benar dan sesuai dengan kebijakannya. Seperti tidak melebihkan dan juga tidak mengurangi informasi pada proses pelayanan maupun transaksi.

Instrumen kedua yaitu Bank BTPN Kcp Probolinggo memberikan *service* yang cepat dalam hal pencairan kredit dan pencairan tabungan. Dalam proses pencairan kredit dan pencairan tabungan ini, karyawan selalu mengusahakan melakukan pelayanan dengan cepat, agar nasabah tidak lama menunggu. Dengan pelayanan yang cepat nasabah biasanya akan merasa puas akan pelayanan yang diberikan oleh pihak bank.

Instrumen ketiga yaitu Bank BTPN Kcp Probolinggo mampu memberikan pelayanan dan keamanan dalam melakukan transaksi. Dalam proses melakukan pelayanan maupun transaksi pihak bank biasanya memberikan himbauan terkait keamanan setelah melakukan transaksi. Seperti setelah melakukan pencairan kredit, tabungan atau penarikan gaji nasabah biasanya karyawan bank akan memastikan keamanan nasabah setelah menerima uang dengan diberi himbauan. Apabila nasabah memperoleh kepercayaan terkait pelayanan dan keamanan pada bank, maka nasabah akan terus bermitra dengan bank.

Sebagai penjelasan tentang fenomena mengapa variabel kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank BTPN Kcp Probolinggo, hal ini dikarenakan bagi nasabah karyawan Bank BTPN Kcp Probolinggo selalu memberikan kualitas pelayanan yang baik dan dapat membuat nasabah merasa nyaman dalam melakukan transaksi sehingga dapat menimbulkan rasa percaya yang tinggi antara nasabah kepada Bank BTPN Kcp Probolinggo. Dengan adanya kepercayaan yang ditimbulkan oleh nasabah kepada perusahaan, ini akan menghasilkan suatu loyalitas yang lebih dari nasabah pada perusahaan. Loyalitas nasabah yang tinggi, akan membuat perusahaan memiliki keuntungan yang lebih dari apa yang diharapkan sebelumnya. Jadi penting sekali buat perusahaan untuk lebih berfokus dalam menimbulkan kepercayaan nasabah. Penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Afifah, I., & Sopiany (2017), Trisusanti (2017), Tambunan (2018), Dewi dan Abiyoga (2022) yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas nasabah. Tetapi hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Santosa, dkk (2021) yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh negatif terhadap loyalitas pelanggan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank BTPN Kcp Probolinggo dan kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank BTPN Kcp Probolinggo

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, I., & Sopiany, H. M. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus di PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Simpang Patal Palembang). *經濟志林*, 87(1,2), 149–200.
- Al-Ghifari, M. I., & Khusnudin. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga Dan Biaya Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Denpasar Bali. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 5(2), 421–434.
- Arianto Nurmin. (2003). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepercayaan*. 21(8), 24–30.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi)*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Dewi, K. A. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi pada Pelanggan Dunkin' Donuts di Surabaya dan Sidoarjo). *BISMA (Bisnis Dan Manajemen)*, 9(1), 43. <https://doi.org/10.26740/bisma.v9n1.p43-55>
- Jariah, A., & Lumajang, S. W. G. (2013). Analisis Suku Bunga Kredit dan Kualitas Pelayanan serta Pengaruhnya terhadap Loyalitas Nasabah pada BPR di Lumajang. *Jurnal WIGA ISSN: 2088-0944*, 3(2), 1–19.
- Kusumadewi, N. (2017). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA TOKO UD. PUTRA TS MAJALENGKA*. MAKSI; MAKSI. <http://jurnal.unma.ac.id/index.php/mk/article/view/738/682>
- Laksana, F. (2019). *Praktik Memahami Manajemen Pemasaran*. Jawa Barat: Khalifah Mediatama.
- Mulyono. A.(2018). *Anak Berkesulitan Belajar*. Jakarta: Rineka Cipta.

- Rusydi, Mhd. 2017. *Customer Excellent*. Yogyakarta: Goysen Publishing.
- Santosa, Mahendra, H., & T.A, . (2021). *Membangun Service Quality dan Trust Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Mediator di Bank Syariah Mandiri Solo*. 8(1), 10–17.
- Sari, R. J., & Aprianti, I. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Loyalitas Nasabah. *JEMPER (Jurnal Ekonomi Manajemen Perbankan)*, 2(2), 77. <https://doi.org/10.32897/jemper.v2i2.377>
- Sarmanu.(2017).*Dasar Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Statistika*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Sedjati, R. S. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish. CV Budi Utama. Yogyakarta.
- Shasfanny, H. W., Lukiana, N., Barlian, N. A., Pelanggan, L., & Loyalty, C. (2019). *246-Article Text-655-1-10-20200806 (2)*. 33–37.
- Subagja, A. D., & Taharuddin, T. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BTPN Cabang Subang. *The World of Business Administration Journal*, 2(2), 121–129. <https://doi.org/10.37950/wbaj.v2i2.938>
- Suhastomo, R., & Khasanah, I. (2015). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Dan Nilai Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal Of Management*, 4(3), 14.
- Tinsi, F. J., Hidayat, Z., & Muttaqien, F. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah Bank BTPN KCP Lumajang. *Jobman: Journal of ...*, 121–127. <https://jkm.itbwigalumajang.ac.id/index.php/jrm/article/view/276%0Ahttps://jkm.itbwigalumajang.ac.id/index.php/jrm/article/download/276/319>
- Tjiptono, Fandy (2017), *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2017). *Service, Quality, dan Satisfaction*. 2017-11-02. Yogyakarta
- Trisusanti, Y. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pekanbaru). *Jom Fisip*, 4(2), 1–16.
- Wijayanto, K., Jl Ahmad Yani, P., & Pos, T. (2015). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank*. 38–45. <http://journals.ums.ac.id/index.php/dayasaing/article/view/2272/154>