

UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
SIDOARJO



Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Kredit BPR Buduran Deltapurnama

Nama : Ira Cahyanti 222010200224

Dosen Pembimbing : Mochamad Rizal Yulianto, S.E., M.M.

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
Fakultas Bisnis, Hukum, dan Ilmu Sosial



PENDAHULUAN

Tahun	Jumlah Nasabah
2021	725
2022	623
2023	710
2024	650

- **Loyalitas nasabah kredit mengalami fluktuasi setiap tahun**
- **Persaingan dengan bank lain dan fintech semakin meningkat**
- **Kualitas pelayanan dan kepercayaan menjadi faktor penting**
- **Kepuasan nasabah belum tentu meningkatkan loyalitas**
- **Perlu dianalisis faktor yang memengaruhi loyalitas nasabah**

RUMUSAN MASALAH & TUJUAN

RUMUSAN MASALAH	TUJUAN PENELITIAN
Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas ?	Menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas
Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap Loyalitas ?	Menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas
Apakah kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas ?	Menganalisis pengaruh kepuasan terhadap loyalitas



Kualitas Pelayanan (X1)

Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai tindakan atau tindakan yang dilakukan oleh satu pihak atas nama pihak lain yang tidak berwujud dan bukan merupakan property. Pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan menunjukkan kualitas. Sebaliknya, apabila pelanggan menerima pelayanan yang kurang dari harapan mereka, kualitas dikatakan tidak baik [14].

Menurut [15] terdapat lima indikator utama dalam kualitas pelayanan, yaitu:

- 1) Keandalan, juga dikenal sebagai reliabilitas, adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang tepat waktu dan akurat sesuai dengan janji. Dimensi ini sangat penting karena kepuasan pelanggan akan berkurang jika layanan tidak sesuai dengan janji.
- 2) Daya tanggap adalah ketika karyawan dapat membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang tepat.
- 3) Jaminan/asuransi, juga disebut sebagai jaminan, adalah pengetahuan dan perilaku karyawan yang bertujuan untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan terhadap layanan yang diberikan.
- 4) Empati adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan perhatian khusus kepada pelanggan, termasuk memperhatikan kebutuhan pelanggan.
- 5) Bukti fisik adalah bukti nyata bahwa penyedia jasa benar-benar peduli dan memperhatikan pelanggan atau nasabah.

Kepercayaan (X2)

Menurut [16] Kepercayaan pelanggan adalah keyakinan pelanggan terhadap integritas dan kejujuran suatu perusahaan. Kita dapat mengatakan bahwa kepercayaan pelanggan menunjukkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan, yang memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan pemasaran produk atau jasa mereka [17]. Bank membutuhkan kepercayaan masyarakat, jadi manajemennya harus memberikan layanan terbaik supaya orang merasa yakin untuk menggunakan dan melakukan transaksi dengan mereka. Salah satu kunci keberlanjutan dan kredibilitas bank adalah kepercayaan nasabah [18].

Dalam penelitian ini, Indikator kepercayaan adalah sebagai berikut [19]

1. Kepercayaan nasabah terhadap pelayanan bank
2. Keyakinan pelanggan terhadap kemampuan bank
3. Keyakinan terhadap karyawan bank
4. Keyakinan pada kemampuan bank untuk memenuhi harapan klien

Kepuasan (X3)

Kepuasan

Salah satu kunci untuk mencapai kesetiaan pelanggan adalah kepuasan pelanggan [20]. Komentar pelanggan dapat memberikan gambaran positif maupun negatif tentang perusahaan. Kepuasan pelanggan dapat mengontrol pengaruh kualitas layanan pada loyalitas pelanggan. Perusahaan harus membuat dan mengawasi sistem untuk mendapatkan dan mempertahankan pelanggan [21].

1. Perasaan puas (pada produk dan kualitas pelayanan), yang berarti merasa puas atau tidak puas dengan pelayanan yang baik
2. Membeli produk setiap saat, yang berarti pelanggan akan terus menggunakan produk atau layanan jika sesuai dengan harapan.
3. Merekomendasikan kepada orang lain: pelanggan yang merasa puas dengan suatu barang atau jasa akan menceritakannya kepada orang lain.
4. Terpenuhinya harapan pembeli setelah membeli produk atau jasa, yaitu apakah kualitas produk atau jasa sesuai dengan harapan pembeli dan apakah produk atau jasa sesuai dengan harapan pembeli.

Loyalitas (Y)

Loyalitas pelanggan adalah Ketika pelanggan puas dengan layanan keuangan, mereka menjadi loyal, [10] berkomitmen untuk membeli kembali atau berlangganan kembali barang atau jasa yang disukai di masa depan, terlepas dari faktor situasional dan upaya pemasaran yang mungkin mengubah perilaku [12]. komitmen yang teguh untuk membeli kembali atau berlangganan kembali barang atau jasa yang disukai di masa mendatang, terlepas dari faktor-faktor situasional dan upaya pemasaran yang mungkin mengubah perilaku. Kkk

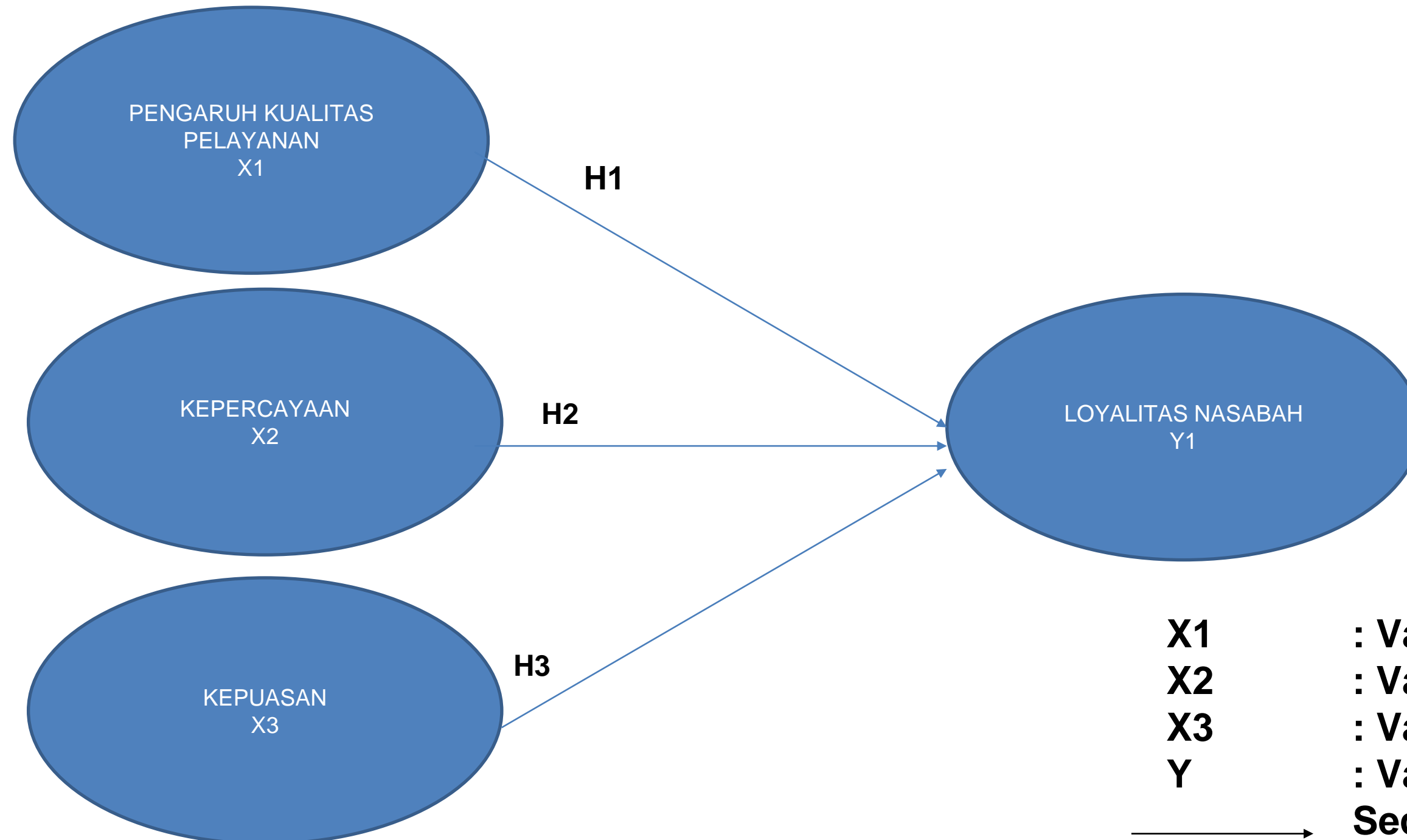
Indikator loyalitas pelanggan [13]. Termasuk pembelian ulang yang sering, di mana pelanggan membeli kembali produk yang sama yang ditawarkan oleh perusahaan;

1. Kesetiaan dalam Pembelian Berulang (Pembelian Berulang) Pelanggan yang setia cenderung membeli barang atau jasa dari perusahaan berulang kali. Ini menunjukkan bahwa mereka puas dengan apa yang ditawarkan perusahaan dan berkomitmen untuk tetap menjadi pelanggan.
2. Ketahanan Terhadap Pengaruh Negatif, Pelanggan yang setia tetap setia dengan perusahaan bahkan ketika pesaing menawarkan tawaran atau pengaruh negatif. Mereka tidak mudah beralih ke pesaing lain meskipun ada diskon atau keuntungan.
3. Mereferensikan Perusahaan, Pelanggan yang setia cenderung memberi tahu orang lain tentang barang atau jasa perusahaan. Ini menunjukkan bahwa mereka percaya pada apa yang mereka berikan dan senang dengannya sehingga mereka ingin orang lain juga memanfaatkannya.

Metode Penelitian

Metode Penelitian	Teknik Penelitian
Kuantitatif	Kuesorner (skala likert)
SAMPEL : 90 responden (Slovin)	Analisis : SMARTPLS 3.0
	Objek : Nasabah kredit BPR Buduran Deltapurnama

Kerangka Pemikiran & Hipotesis



X1 : Variabel Bebas (Kualitas pelayanan)
X2 : Variabel Bebas (Kepercayaan)
X3 : Variabel Bebas (Kepuasan)
Y : Variabel Terikat (Loyalitas)
—————> Secara parsial

UJI VALIDITAS & UJI RELIABILITAS

Uji Validitas

Loading factor $> 0,7$ → **Valid**

AVE $> 0,5$ → **Valid**

Discriminant validity terpenuhi

Semua indikator valid

Uji Reliabilitas

Cronbach Alpha $> 0,7$

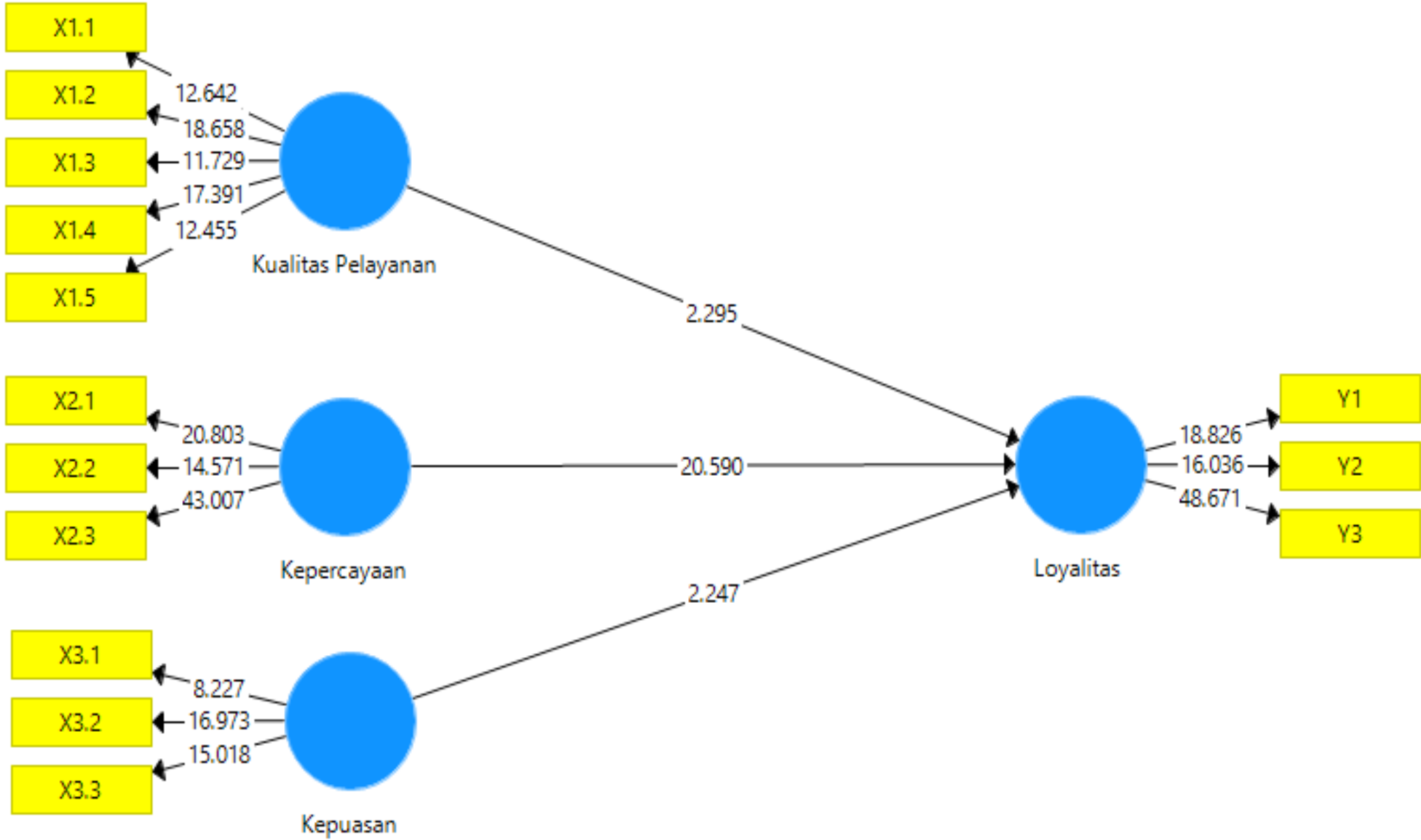
Composite Reliability $> 0,7$

- ✓ Kualitas Pelayanan
- ✓ Kepercayaan
- ✓ Kepuasan
- ✓ Loyalitas

Kesimpulan:

Seluruh indikator **valid & reliabel**, sehingga layak digunakan

Hasil Bootstrapping SmartPLS (2025)



HASIL UJI HIPOTESIS

HIPOTESIS	HUBUNGAN VARIABEL	HASIL
H1	$X1 \longrightarrow Y$	POSITIF SIGNIFIKAN
H2	$X2 \longrightarrow Y$	POSITIF SIGNIFIKAN
H3	$X3 \longrightarrow Y$	SIGNIFIKAN (NEGATIF)

Pembahasan

- **Kualitas Pelayanan → Loyalitas Nasabah**

Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Pelayanan yang cepat, ramah, dan responsif mampu menciptakan pengalaman positif sehingga nasabah merasa nyaman dan dihargai. Kondisi ini mendorong nasabah untuk tetap menggunakan layanan serta tidak mudah berpindah ke bank lain. Semakin baik kualitas pelayanan, semakin tinggi tingkat loyalitas nasabah.

- **Kepercayaan → Loyalitas Nasabah**

Kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan, serta menjadi faktor paling dominan terhadap loyalitas. Nasabah akan tetap bertahan apabila merasa aman dan yakin terhadap integritas serta profesionalitas bank. Kepercayaan yang kuat membuat nasabah tidak mudah terpengaruh oleh penawaran dari lembaga keuangan lain, sehingga memperkuat hubungan jangka panjang.

- **Kepuasan → Loyalitas Nasabah**

Kepuasan berpengaruh signifikan namun memiliki arah negatif terhadap loyalitas. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah yang puas belum tentu loyal. Nasabah cenderung mempertimbangkan faktor lain seperti suku bunga, kemudahan layanan, dan keuntungan yang ditawarkan. Oleh karena itu, kepuasan saja tidak cukup untuk mempertahankan loyalitas tanpa didukung kepercayaan dan kualitas pelayanan.

Kesimpulan

- Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah – semakin baik pelayanan, semakin tinggi loyalitas.
- Kepercayaan menjadi factor paling dominan dalam meningkatkan loyalitas – nasabah cenderung bertahan karena rasa aman dan keyakinan terhadap bank.
- Kepuasan berpengaruh signifikan namun arah negative – kepuasan tidak selalu menjamin loyalitas jangka Panjang.

Secara keseluruhan, loyalitas nasabah terbentuk dari kombinasi :

Pelayanan yang baik, kepercayaan yang kuat, dan pengalaman nasabah

SEKIAN TERIMAKASIH

