

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN  
NASABAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH  
PADA PT. BANK BNI (Persero) Tbk. KANTOR  
CABANG RANTAU PRAPAT**

**SKRIPSI**

**OLEH :  
CLARA SILABAN  
188320290**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2022**

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 18/11/22

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)18/11/22

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN  
NASABAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH  
PADA PT. BANK BNI (Persero) Tbk. KANTOR  
CABANG RANTAU PRAPAT**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Universitas Medan Area

**OLEH :**

**CLARA SILABAN  
188320290**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2022**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 18/11/22

Access From (repository.uma.ac.id)18/11/22

## HALAMAN PENGESAHAN

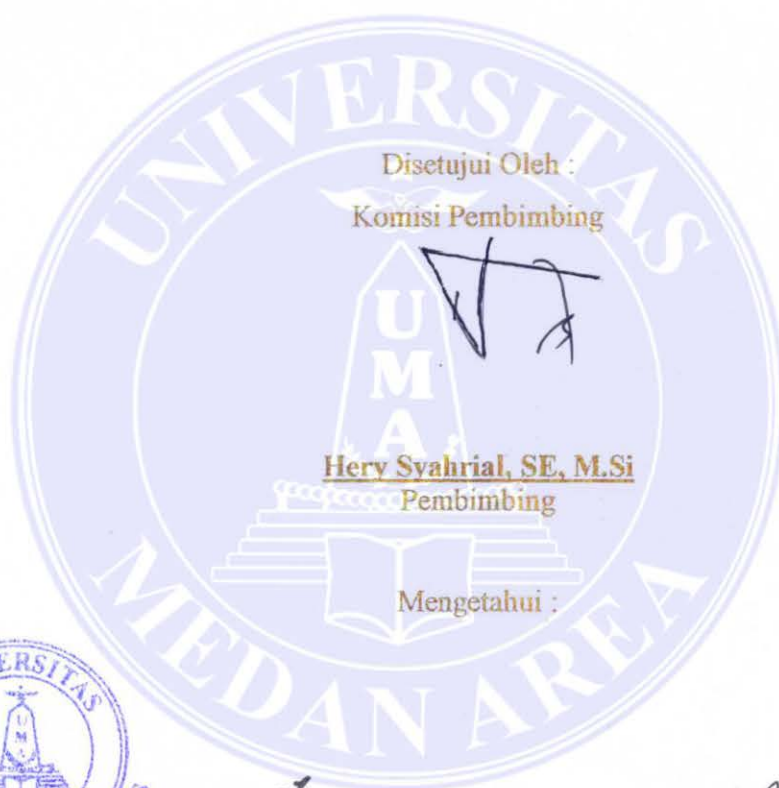
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah  
Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank BNI (Persero)  
Tbk. Kantor Cabang Rantau Prapat

Nama : Clara Silaban

NPM : 188320290

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis



Hery Syahril, SE, M.Si  
Pembimbing

Mengetahui :



Ahmad Rafiki, BBA (Hons), MMgt, Ph.D, CIMA  
Dekan

Nindya Yunita S.Pd, M.Si  
Ka. Prodi Manajemen

Tanggal Lulus : 16 September 2022

### **HALAMAN PERSYARATAN ORIGINALITAS**

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 16 September 2022



**CLARA SILABAN**

**NPM : 188320290**

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
TUGAS AKHIR/SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : CLARA SILABAN  
NPM : 188320290  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Jenis Karya : Tugas Akhir/Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalti-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul "**Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank BNI (Persero) Tbk. Kantor Cabang Rantau Prapat**". Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan  
Pada Tanggal : 16 September 2022  
Yang Membuat Pernyataan



**CLARA SILABAN**  
**NPM : 188320290**

## RIWAYAT HIDUP

Peneliti bernama Clara Silaban dilahirkan di Desa Gading Sari, Kecamatan Tapung, Kabupaten Kampar, Provinsi Riau, pada tanggal 10 Juli 1999 oleh Bapak Sampe Uli Silaban dan Ibu Rosmelur Boru Sagala. Peneliti merupakan anak keempat dari enam bersaudara, satu abang, dua kakak, dan dua adik perempuan. Anak pertama Firman Hangoluan Pratama Silaban, kedua Ester Silaban, ketiga Raquella Silaban, keempat Penulis, kelima Naomi Silaban, dan keenam Dame Puja Silaban.

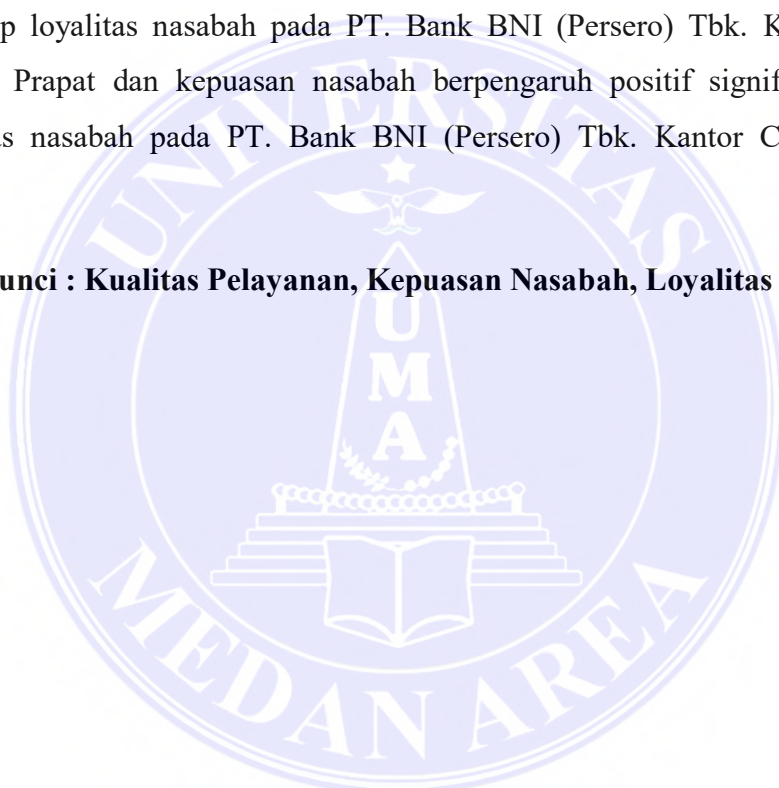
Pada tahun 2012 peneliti lulus dari SDN 019 Tanjung Sawit, pada tahun 2015 peneliti lulus dari SMP Latarsia Indrapuri, 2018 peneliti lulus dari SMA Purna Manunggal Indrapuri, dan pada tahun 2018 peneliti terdaftar sebagai mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Medan Area.



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank BNI (Persero) Tbk. Kantor Cabang Rantau Prapat. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui adakah pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *accidental sampling* dan diperoleh hasil angket dari 100 responden. Dengan menggunakan analisis regresi linier berganda diperoleh hasil: kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank BNI (Persero) Tbk. Kantor Cabang Rantau Prapat dan kepuasan nasabah berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank BNI (Persero) Tbk. Kantor Cabang Rantau Prapat.

**Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah, Loyalitas Nasabah**



## ABSTRACT

*This study aims to determine whether service quality and customer satisfaction have a significant positive effect partially on customer loyalty at PT. Bank BNI (Persero) Tbk. Rantau Prapat Branch Office. This type of research is quantitative research that aims to determine whether there is an effect of the independent variable on the dependent variable. The data collection method in this study was carried out using accidental sampling and obtained the results of a questionnaire from 100 respondents. By using multiple linear regression analysis, the results obtained: service quality has a significant positive effect on customer loyalty at PT. Bank BNI (Persero) Tbk. Rantau Prapat Branch Office and customer satisfaction have a significant positive effect on customer loyalty at PT. Bank BNI (Persero) Tbk. Rantau Prapat Branch Office.*

**Keywords:** *Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty*





## KATA PENGANTAR

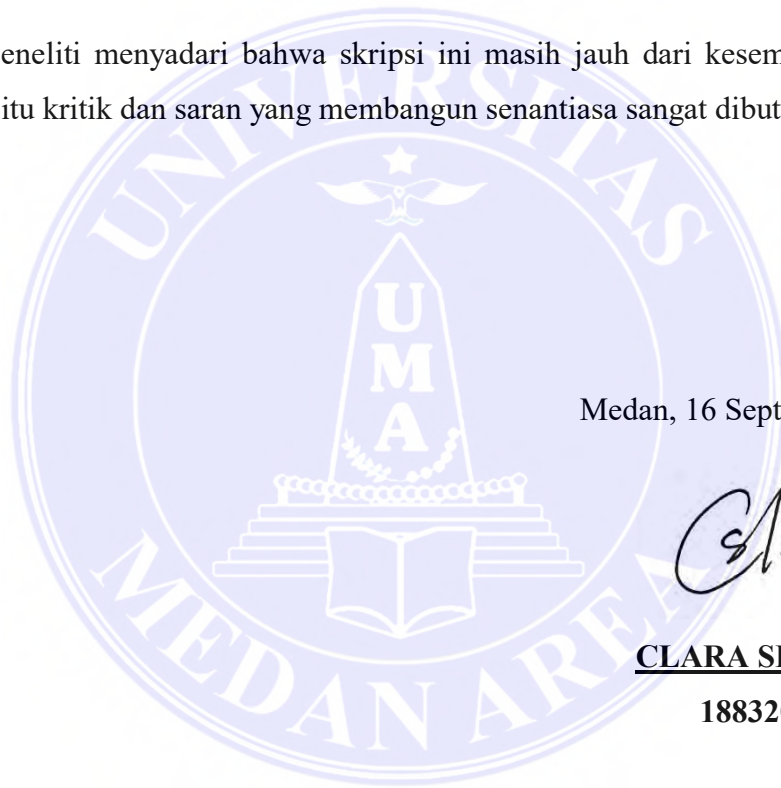
Segala puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, oleh karena kasih dan anugrah-Nya yang melimpah sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik. Adapun judul dari penelitian ini **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Pt. Bank Bni (Persero) Tbk. Kantor Cabang Rantau Prapat”** disusun sebagai persyaratan untuk melengkapi kurikulum pendidikan guna memperoleh Gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada orang tua penulis yang sudah memberikan dukungan dalam bentuk doa maupun secara langsung dalam membantu penyusunan skripsi ini. Dan untuk dosen pembimbing penulis bapak Hery Syahrial, SE, M.Si yang selalu mendampingi dan memotivasi penulis dalam penelitian ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Ahmad Rafiki, BBA (Hons), MMgt, Ph.D,CIMA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
3. Ibu Nindya Yunita, S.Pd, M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area. Sekaligus dosen sekretaris penulis.
4. Bapak Hery Syahrial, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing penulis dan banyak memberikan masukan-masukan kepada penulis dan memberikan ilmunya serta masukan-masukan berharga untuk membantu penyelesaian skripsi ini.
5. Ibu Hesti Sabrina, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan saran dan kritik demi terbentuknya skripsi yang sesuai.
6. Seluruh Dosen Universitas Medan Area yang selama ini telah membekali ilmu pengetahuan kepada penulis.

7. Seluruh pegawai yang telah membantu proses pengurusan administrasi Universitas Medan Area.
8. Teristimewa kepada kedua orang tua penulis Bapak Sampe Uli Silaban dan Ibu Rosmelur Boru Sagala, Abang, Kakak dan Adik tercinta yang telah memberikan kasih sayang, nasehat, motivasi dan dukungan do'a yang tiada henti untuk penulis.
9. Kepada seluruh teman-teman angkatan 2018 kelas manajemen A2 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area yang memberikan dukungan dan motivasi untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun senantiasa sangat dibutuhkan.



Medan, 16 September 2022

**CLARA SILABAN**

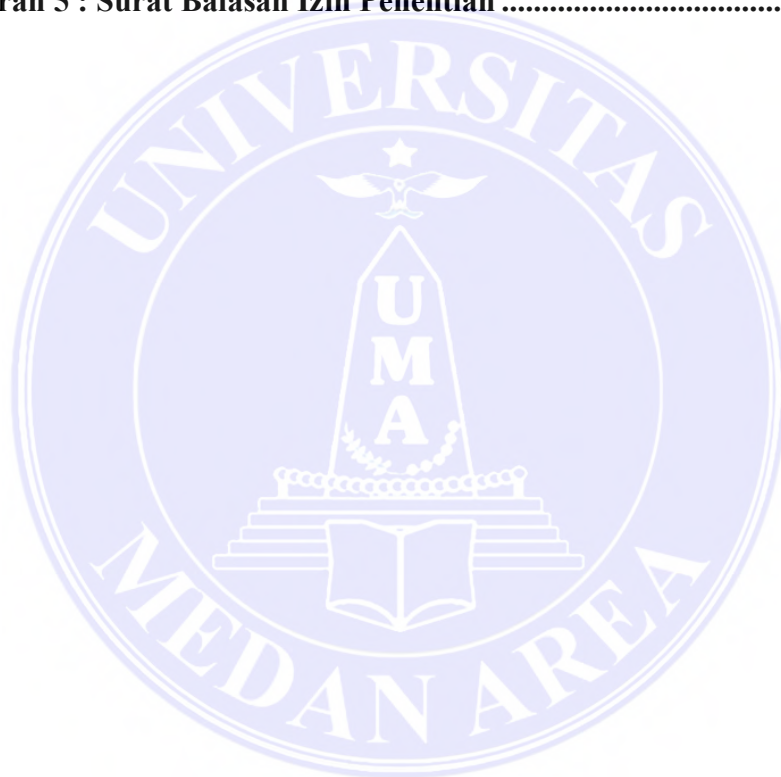
**188320290**

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	3
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Manfaat Penelitian.....	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>6</b>
2.1. Loyalitas Nasabah .....	6
2.1.1. Pengertian Loyalitas Nasabah .....	6
2.1.2. Indikator Loyalitas Nasabah .....	6
2.1.3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah.....	7
2.2. Kualitas Pelayanan .....	8
2.2.1. Pengertian Kualitas Pelayanan .....	8
2.2.2. Indikator Kualitas Pelayanan .....	8
2.2.3. Dimensi Kualitas Pelayanan .....	10
2.3. Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah .....	11
2.4. Kepuasan Nasabah.....	12
2.4.1. Pengertian Kepuasan Nasabah .....	12
2.4.2. Indikator Kepuasan Nasabah.....	13
2.5. Hubungan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah .....	13
2.6. Penelitian Terdahulu.....	14
2.7. Kerangka Konseptual .....	15
2.8. Hipotesis .....	16
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>17</b>
3.1. Jenis, Tempat, dan Waktu Penelitian .....	17
3.1.1. Jenis Penelitian.....	17
3.1.2. Tempat Penelitian.....	17
3.1.3. Waktu Penelitian .....	17
3.2. Populasi dan Sampel.....	18

3.2.1.	Populasi.....	18
3.2.2.	Sampel.....	18
3.3.	Defenisi Operasional .....	19
3.4.	Jenis dan Sumber Data .....	20
3.5.	Teknik Pengumpulan Data .....	20
3.6.	Teknik Analisis Data .....	21
3.6.1.	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	21
3.6.2.	Uji Asumsi Klasik .....	22
3.6.3.	Uji Hipotesis.....	23
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>26</b>
4.1.	Hasil Penelitian.....	26
4.1.1.	Sejarah dan Gambaran Umum PT. Bank BNI (Persero) Tbk. Kantor Cabang Rantau Prapat.....	26
4.1.2.	Visi dan Misi PT. Bank BNI (Persero) Tbk. Kantor Cabang Rantau Prapat .....	28
4.1.3.	Filosofi Logo Baru PT. Bank BNI (Persero) Tbk. Kantor Cabang Rantau Prapat .....	28
4.1.4.	Budaya Perusahaan .....	29
4.1.5.	Struktur Organisasi PT. Bank BNI (Persero) Tbk. Kantor Cabang Rantau Prapat .....	30
4.2.	Teknik Analisi Data.....	35
4.2.1.	Uji Validitas .....	35
4.2.2.	Uji Reliabilitas .....	36
4.3.	Karakteristik Responden .....	36
4.4.	Penyajian Data Variabel.....	40
4.5.	Uji Asumsi Klasik .....	44
4.5.1.	Uji Normalitas.....	44
4.5.2.	Uji Multikoleniritas.....	46
4.5.3.	Uji Heteroskedastisitas.....	47
4.6.	Uji Hipotesis.....	49
4.6.1.	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	49
4.6.2.	Uji Simultan (Uji F) .....	49
4.6.3.	Uji Parsial (Uji t).....	50
4.7.	Pembahasan .....	52
4.7.1.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah .....	52
4.7.2.	Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah .....	53

<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>55</b>
5.1. Kesimpulan.....	55
5.2. Saran .....	55
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>56</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>58</b>
<b>Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian .....</b>	<b>59</b>
<b>Lampiran 2 : Data Penelitian.....</b>	<b>63</b>
<b>Lampiran 3 : <i>Output</i> Hasil Uji Statistika .....</b>	<b>70</b>
<b>Lampiran 4 : Surat Izin Penelitian.....</b>	<b>77</b>
<b>Lampiran 5 : Surat Balasan Izin Penelitian .....</b>	<b>78</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Nasabah PT. Bank BNI (Persero) Tbk. Kantor Cabang Rantau Prapat.....	2
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	14
Tabel 3. 1 Rincian Waktu Penelitian Terdahulu .....	17
Tabel 3. 2 Operasional Variabel.....	19
Tabel 3. 3 Skala Likert .....	20
Tabel 4. 1 Uji Validitas .....	35
Tabel 4. 2 Uji Reliabilitas .....	36
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	37
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	38
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi/Pekerjaan.....	39
Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....	39
Tabel 4. 7 Penyajian Data Variabel X <sub>1</sub> (Kualitas Pelayanan) .....	40
Tabel 4. 8 Penyajian Data Variabel X <sub>2</sub> (Kepuasan Nasabah) .....	42
Tabel 4. 9 Penyajian Data Variabel Y (Loyalitas Nasabah) .....	43
Tabel 4. 10 Kolmogorof Smirnov .....	46
Tabel 4. 11 Uji Multikolinieritas.....	47
Tabel 4. 12 Uji Glejser .....	48
Tabel 4. 13 Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	49
Tabel 4. 14 Uji Simultan (Uji F) .....	50
Tabel 4. 15 Uji Parsial (Uji t).....	50

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual .....	16
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi.....	30
Gambar 4. 2 Grafik Histogram.....	44
Gambar 4. 3 Grafik Normal Probability .....	45
Gambar 4. 4 Uji Scatter Plots.....	48



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia perbankan di Indonesia saat ini semakin pesat. Keberadaan perusahaan perbankan sangat penting seiring dengan perkembangan zaman yang sangat modern, terlebih dalam hal peningkatan pertumbuhan ekonomi suatu negara. Bank merupakan suatu lembaga keuangan yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa-jasa bank lainnya Darmawan, (2018). Keuntungan suatu bank sepenuhnya berasal dari nasabahnya, sehingga hal ini menunjukkan bahwa lembaga perbankan akan fokus pada bagaimana mendapatkan nasabah yang lebih banyak untuk meningkatkan pangsa pasarnya. Bank yang memberikan pelayanan kepada nasabah, salah satu cara untuk meningkatkan jumlah nasabah atau dengan memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik untuk memberikan kepuasan bagi nasabah hingga pada akhirnya akan loyal kepada bank Afifah & Kurniawati, (2021).

Dengan perkembangan dunia bisnis saat ini, banyak perusahaan perbankan menggunakan segala kemampuannya untuk terus melakukan keseimbangan persaingan terhadap kompetitornya. Hal ini juga dapat dikaitkan dengan karakteristik konsumen yang setia dengan tetap pada satu produk dan tidak berpaling di tempat lain dan merekomendasikannya kepada orang lain Naini et al., (2022). Loyalitas nasabah dapat menjadi salah satu faktor utama untuk memperkuat daya saing pasar dan memperkuat keunggulan kompetitif yang berkelanjutan Juwaini et al., (2022). Loyalitas nasabah biasanya disebut sebagai



konsekuensi dari semua pengalaman yang dimiliki nasabah dengan penyedia layanan. Pengalaman mungkin termasuk interaksi fisik, keterlibatan emosional, dan momen rantai nilai.

Menurut Budaharini et al., (2022) loyalitas nasabah ditujukan pada perilaku pembelian yang konsisten dengan refleksi sikap positif. Loyalitas nasabah juga mengacu pada strategi yang menetapkan manfaat yang diharapkan bersama atau yang menguntungkan perusahaan dan nasabah dalam berbagai cara Afifah & Kurniawati, (2021). Peneliti melihat bahwa penelitian mengenai loyalitas nasabah pada PT. BANK BNI (Persero) Tbk. Kantor Cabang Rantau Prapat berpengaruh langsung pada kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah, maka peneliti tertarik dan ingin meneliti mengenai loyalitas nasabah pada PT. BANK BNI (Persero) Tbk. Kantor Cabang Rantau Prapat. Dalam hal ini yang menjadi objek penelitian adalah PT. BANK BNI (Persero) Tbk. Kantor Cabang Rantau Prapat yang berkaitan dengan loyalitas nasabah karena mendapatkan kepuasan dari kualitas pelayanan yang nasabah terima.

**Tabel 1. 1**  
**Jumlah Nasabah PT. Bank BNI (Persero) Tbk. Kantor Cabang Rantau Prapat**

No	Bulan dan Tahun	Jumlah Nasabah
1	Januari 2022	3.120
2	Februari 2022	3.380
3	Maret 2022	3.360
4	April 2022	2.960
5	Mei 2022	3.310
6	Juni 2022	3.340

Sumber: PT. Bank BNI (Persero) Tbk. Kantor Cabang Rantau Prapat

Tampilan pada tabel 1.1 terlihat bahwasanya ada fluktuasi jumlah nasabah pada PT. Bank BNI (Persero) Tbk. Kantor Cabang Rantau Prapat yang mengalami penurunan jumlah nasabah di bulan Maret dan April tahun 2022. Selanjutnya pada

bulan Mei dan Juni tahun 2022 perusahaan mampu meningkatkan kembali jumlah nasabah menjadi stabil pada saat persaingan bisnis begitu tajam. Sehingga PT. Bank BNI (Persero) Tbk. Kantor Cabang Rantau Prapat dapat kembali mempertahankan kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah.

Dengan melihat perilaku masyarakat yang dapat berubah setiap waktu, serta persaingan dari bisnis perbankan yang semakin banyak di Rantau Prapat, sedikit banyaknya akan mempengaruhi loyalitas masyarakat secara umum. Hal ini bisa terjadi karena pesaing dapat menawarkan pelayanan dan fasilitas yang lebih baik. Sehingga PT. Bank BNI (Persero) Tbk. Kantor Cabang Rantau Prapat harus tetap berusaha dalam mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan dalam rangka mewujudkan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank BNI (Persero) Tbk. Kantor Cabang Rantau Prapat.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk mengangkat penelitian yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN NASABAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA PT. BANK BNI (Persero) Tbk. KANTOR CABANG RANTAU PRAPAT”**.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank BNI (Persero) Tbk. Kantor Cabang Rantau Prapat?

2. Apakah kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank BNI (Persero) Tbk. Kantor Cabang Rantau Prapat?

### 1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank BNI (Persero) Tbk. Kantor Cabang Rantau Prapat.
2. Untuk menguji pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank BNI (Persero) Tbk. Kantor Cabang Rantau Prapat.

### 1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### 1. Bagi Peneliti

Untuk bahan pengetahuan dan memperluas wawasan peneliti dalam bidang pemasaran, khususnya yang berhubungan dengan kualitas pelayanan, kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah.

#### 2. Bagi Perusahaan

Untuk bahan pertimbangan atau masukan untuk kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah.

#### 3. Bagi peneliti selanjutnya

Sebagai bahan referensi bagi peneliti selanjutnya dan informasi bagi pihak yang berkepentingan untuk mengkaji masalah yang sama di masa mendatang.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1. Loyalitas Nasabah

##### 2.1.1. Pengertian Loyalitas Nasabah

Menurut Naini et al., (2022) loyalitas nasabah adalah nasabah yang tidak hanya membeli ulang suatu barang dan jasa, tetapi juga mempunyai komitmen dan sikap yang positif terhadap perusahaan jasa, misalnya dengan merekomendasikan orang lain. Loyalitas nasabah mengacu pada kecenderungan psikologis nasabah untuk mempercayai produk atau layanan dan merek perusahaan Pérez-Morón et al., (2022). Hal ini dapat mempertahankan loyalitas nasabah, biasanya membantu perusahaan menjalin hubungan jangka panjang dengan nasabah yang kemudian menguntungkan kedua belah pihak. Loyalitas nasabah disebut sebagai konsekuensi akhir dari keseluruhan dan pengalaman kumulatif yang dimiliki nasabah dengan perusahaan Darmawan, (2018). Loyalitas nasabah dapat didefinisikan sebagai langkah paling dekat dengan perilaku pembelian ulang. Loyalitas nasabah dapat menunjukkan seberapa besar dukungan yang dimiliki nasabah terhadap produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan Panday & Nursal, (2021). Di sisi lain, loyalitas nasabah dapat membuktikan kepercayaan nasabah terhadap produk atau jasa yang diberikan oleh perusahaan.

##### 2.1.2. Indikator Loyalitas Nasabah

Menurut Afifah & Kurniawati, (2021) indikator dari loyalitas nasabah yaitu pelanggan yang melakukan pembelian ulang secara teratur, pelanggan yang membeli untuk produk yang lain ditempat yang sama, pelanggan yang

mereferensikan kepada orang lain, dan pelanggan yang tidak dapat dipengaruhi oleh pesaing untuk pindah.

### **2.1.3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah**

Menurut Pérez-Morón et al., (2022) faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah adalah kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. Menurut Juwaini et al., (2022) faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah adalah kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. Menurut Naini et al., (2022) faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah adalah kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. Menurut Budaharini et al., (2022) faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah adalah kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. Menurut Puspita & Wardi, (2022) faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah adalah kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. Menurut Afifah & Kurniawati, (2021) faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah adalah kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. Menurut Sagala et al., (2021) faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah adalah kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. Menurut Dewi et al., (2021) faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah adalah kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. Menurut Panday & Nursal, (2021) faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah adalah kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. Menurut Darmawan, (2018) faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah adalah kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. Kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah yang mewujudkan perubahan yang diperlukan nasabah sehingga nasabah dapat melakukan evaluasi khusus terhadap pelayanan.

## **2.2. Kualitas Pelayanan**

### **2.2.1. Pengertian Kualitas Pelayanan**

Menurut Pérez-Morón et al., (2022) kualitas pelayanan merupakan sejauh mana pelayanan yang diberikan oleh perusahaan memenuhi kebutuhan atau harapan nasabah. Kualitas pelayanan memiliki penilaian yang komprehensif, yang merepresentasikan evaluasi pelayanan secara menyeluruh oleh nasabah. Kualitas pelayanan berpedoman pada tingkat kesempurnaan pelayanan dalam memenuhi kebutuhan dan tuntutan setiap konsumen Sagala et al., (2021). Kualitas pelayanan yang baik akan berdampak pada kepuasan nasabah yang pada akhirnya akan berdampak positif pada nilai merek dan kinerja keuangan yang lebih baik Dewi et al., (2021). Jika pelayanan yang diterima lebih rendah dari harapan yang diinginkan maka nasabah akan merasa kecewa dan jika pelayanan yang diterima lebih tinggi dari harapan yang diinginkan maka nasabah akan merasa puas. Selain itu, memberikan kualitas pelayanan yang baik secara berkesinambungan juga akan menghasilkan loyalitas nasabah yang tinggi terhadap perusahaan.

### **2.2.2. Indikator Kualitas Pelayanan**

Menurut Pérez-Morón et al., (2022) indikator kualitas pelayanan yaitu kemampuan untuk secara akurat melakukan layanan yang dijanjikan. Ketersediaan untuk merespon nasabah tepat waktu. Kemampuan untuk membangun kepercayaan nasabah dan menciptakan kredibilitas. Memahami nasabah secara emosional dan memberikan perhatian yang semestinya kepada nasabah dalam mengatasi masalah nasabah. Menurut Naini et al., (2022) indikator kualitas pelayanan dapat ditentukan untuk menentukan cakupan. Pertama, benda material yang menggambarkan bentuk fisik dan jasa yang diterima pelanggan, dan

perusahaan perlu memberikan kesan positif terhadap kualitas jasa yang diberikan. Kedua, kemampuan untuk memberikan layanan yang dijanjikan secara andal dan akurat. Ketiga, kesadaran atau keinginan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan dengan cepat, dan dimensi ini menggarisbawahi ketepatan dalam menanggapi permintaan pelanggan. Keempat, kesopanan, pengetahuan, dan kemampuan untuk menciptakan kepercayaan, termasuk pengetahuan karyawan dan perilaku karyawan terhadap pelanggan. Kelima, kepedulian pribadi terhadap pelanggan, yang ditunjukkan kepada pelanggan melalui pelayanan khusus. Menurut Sagala et al., (2021) indikator kualitas pelayanan yaitu bukti fisik, yaitu fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi. Keandalan, yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. *Responsiveness* (ketanggapan), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan yang tanggap. Jaminan, yaitu mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat yang dapat dipercaya yang dimiliki para staff, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan. Empati, yaitu kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan. Keterampilan, yaitu setiap orang dalam perusahaan memiliki pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan agar dapat memberikan jasa tersebut. Sikap sopan, yaitu meliputi sikap sopan santun, respek, perhatian dan keramahan yang dimiliki para contact personnel. Seperti petugas resepsionis, operator telepon, dan lain-lain. Terpercaya, yaitu sikap jujur dan dapat dipercaya. Kredibilitas mencakup nama perusahaan, reputasi perusahaan, karakteristik pribadi *contact personnel*, serta interaksi dengan pelanggan.

### 2.2.3. Dimensi Kualitas Pelayanan

Ada lima dimensi kualitas pelayanan yang sering digunakan untuk menilai kualitas pelayanan yang dikemukakan oleh Sagala et al., (2021) yaitu:

1. *Tangible* dengan kriteria,
  - a. Penampilan karyawan saat melayani pembeli
  - b. Kenyamanan pelanggan disediakan
  - c. Kemudahan pelayanan
  - d. Ketertiban pegawai dalam melayani
  - e. Kemudahan pelanggan untuk mendapatkan layanan
  - f. Peralatan bantu yang digunakan dalam melayani
2. *Reliability* dengan kriteria,
  - a. Kecerdasan karyawan saat melayani pelanggan
  - b. Ada standar khusus dalam melayani
  - c. Kemampuan karyawan untuk menggunakan alat ketika melakukan layanan
3. *Responsiveness* dengan kriteria,
  - a. Tindak lanjut setiap pelanggan meminta
  - b. Karyawan cepat dalam pelayanan
  - c. Karyawan benar dalam pelayanan
  - d. Karyawan yang teliti dalam pelayanan
  - e. Karyawan tepat waktu dalam pelayanan
  - f. Karyawan menanggapi pelanggan keluhan
4. *Assurance* dengan kriteria,
  - a. Karyawan menjamin layanan tepat waktu



- b. Karyawan menjamin biaya dalam pelayanan
  - c. Karyawan menjamin validitas dalam pelayanan
  - d. Karyawan menjamin kepastian biaya dalam pelayanan
5. *Empathy* dengan kriteria,
- a. Karyawan mengutamakan kepentingan pelanggan
  - b. Karyawan ramah dalam melayani
  - c. Karyawan sopan dalam melayani
  - d. Karyawan tidak membedakan antara pelanggan dalam melayani
  - e. Karyawan menghargai setiap pelanggan

### 2.3. Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah

Menurut Pérez-Morón et al., (2022) meningkatkan kualitas pelayanan untuk mencapai loyalitas nasabah adalah cara untuk mencapai tujuan menghasilkan dan mempertahankan loyalitas nasabah. Seperti yang diketahui semua orang, loyalitas nasabah memainkan peran utama dalam kesuksesan jangka panjang sebuah perusahaan. Kualitas pelayanan menghasilkan loyalitas nasabah cenderung relatif tinggi, juga dapat bertindak sebagai promotor penting loyalitas nasabah. Namun dalam lingkungan yang sangat dinamis dan kompetitif saat ini untuk mencapai tingkat kepuasan pelanggan dan loyalitas nasabah yang lebih tinggi, terutama di sektor jasa, mungkin merupakan tugas yang berat bagi banyak organisasi Juwaini et al., (2022). Kualitas pelayanan memegang peranan penting untuk meningkatkan loyalitas nasabah Afifah & Kurniawati, (2021). Peningkatan kualitas pelayanan nasabah memberikan kontribusi untuk loyalitas nasabah. Apabila kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan sesuai dengan harapan dan kinerja maka nasabah akan senang karena harapan dan kinerja dari pelayanan tersebut sudah

baik dan loyalitas nasabah secara langsung akan timbul pada perusahaan tersebut. Hal ini sesuai dengan temuan penelitian dalam penelitian yang dilakukan oleh yang menyatakan bahwa perusahaan memberikan pelayanan berkualitas tinggi yang akan berkontribusi pada loyalitas nasabah yang tinggi. Oleh karena itu, kualitas pelayanan yang dirasakan oleh nasabah akan memengaruhi loyalitas nasabah. Layanan tinggi kualitas berkorelasi dengan loyalitas nasabah yang tinggi dalam konteks layanan umum Dewi et al., (2021). Untuk menciptakan nasabah yang loyal secara *behavioral*, bank harus meningkatkan kualitas pelayanan. Oleh karena itu, ada hubungan sebab akibat antara kualitas pelayanan dan loyalitas nasabah.

## **2.4. Kepuasan Nasabah**

### **2.4.1. Pengertian Kepuasan Nasabah**

Menurut Panday & Nursal, (2021) kepuasan nasabah adalah tingkat kepuasan nasabah antara apa yang diterima dan diharapkan oleh nasabah karena sesuai dengan harapan yang diterima berdasarkan kualitas suatu produk dan penyedia pelayanan yang membuat nasabah merasa lebih puas. Kepuasan nasabah adalah sikap, penilaian, dan respon emosional nasabah terhadap produk yang mereka beli dan layanan yang mereka nikmati Puspita & Wardi, (2022). Kepuasan nasabah memiliki niat untuk membeli kembali, karena ketika nasabah merasa puas maka nasabah tertarik untuk membeli produk dari perusahaan yang kinerjanya sesuai dengan yang diharapkan Naini et al., (2022). Mencapai harapan nasabah tidak hanya akan memberikan kepuasan nasabah tetapi juga akan menghasilkan loyalitas nasabah, yang akan mengurangi tingkat gesekan nasabah atau meningkatkan tingkat retens.

### **2.4.2. Indikator Kepuasan Nasabah**

Menurut Budaharini et al., (2022) indikator kepuasan nasabah yaitu nasabah senang melakukan pembelian, berdasarkan pengalaman nasabah puas melakukan pembelian, produk sudah memenuhi harapan nasabah, secara keseluruhan, dan nasabah percaya bahwa produk tidak mengecewakan nasabah, nasabah tidak complain terhadap produk. Menurut Pérez-Morón et al., (2022) indikator kepuasan nasabah yaitu mewujudkan kepuasan psikologis nasabah, dan pengalaman nasabah adalah fungsi utama dari produk atau layanan. Menurut Afifah & Kurniawati, (2021) indikator kepuasan nasabah yaitu kepuasan ekonomi dengan konsep bagi hasil, biaya administrasi, biaya produk, dll. Menurut Darmawan, (2018) indikator kepuasan nasabah yaitu kekuatan pendorong penting untuk loyalitas nasabah dan menunjukkan korelasi positif yang ditandai antara keduanya.

### **2.5. Hubungan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah**

Menurut Pérez-Morón et al., (2022) kepuasan nasabah adalah nilai yang diterima nasabah berdasarkan persepsi mereka, dan juga mempengaruhi loyalitas nasabah karena nasabah percaya bahwa kuantitas nilai yang diperoleh dari satu sumber lebih besar daripada yang tersedia dari yang lain. Mencapai harapan nasabah tidak hanya akan memberikan kepuasan nasabah tetapi juga akan menghasilkan loyalitas nasabah, yang akan mengurangi tingkat gesekan nasabah atau meningkatkan tingkat retensi Darmawan, (2018). Pengaruh yang kuat dari kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah dan menunjukkan bahwa hubungan ini sangat penting untuk keberlanjutan perusahaan. Kepuasan nasabah adalah bagian penting yang diperlukan untuk mencapai loyalitas nasabah Naini et al.,

(2022). Loyalitas nasabah dianggap sebagai hasil dari kepuasan nasabah, ketika nasabah yang memiliki pengalaman yang baik dengan pelayanan perusahaan akan terus berurusan dengan perusahaan yang menganggapnya kurang berisiko, sehingga membuat mereka loyal dan rasional dalam pengambilan keputusan Budaharini et al., (2022). Kepuasan nasabah merupakan fondasi utama untuk membentuk loyalitas nasabah.

## 2.6. Penelitian Terdahulu

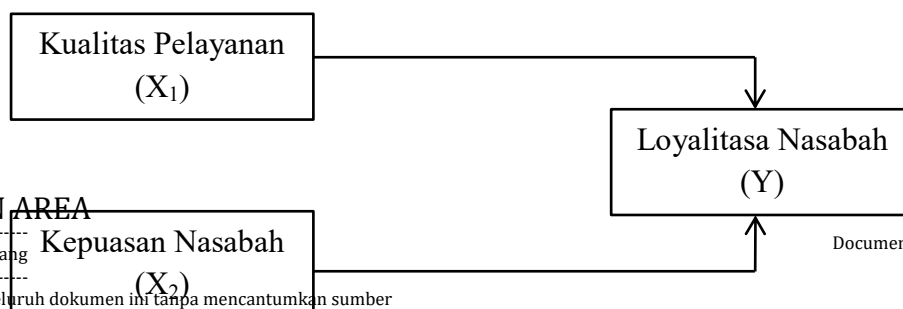
**Tabel 2. 1**  
**Penelitian Terdahulu**

No.	Judul/Penelitian/Tahun	Variabel Independen	Variabel Dependen	Hasil Penelitian
1.	Effect of Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Loyalty: A case study of Starbucks in Malaysia Pérez-Morón et al., (2022)	- Service Quality (SQ) - Customer Satisfaction (CS)	- Customer Loyalty (CL)	SQ → CL = Positive Significant CS → CL = Positive Significant
2.	The role of customer trust, Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Loyalty Juwaini et al., (2022)	- Service Quality (SQ) - Customer Satisfaction (CS)	- Customer Loyalty (CL)	SQ → CL = Positive Significant CS → CL = Positive Significant
3.	The Effect of product quality, Service Quality, Customer Satisfaction on Customer Loyalty Naini et al., (2022)	- Service Quality (SQ) - Customer Satisfaction (CS)	- Customer Loyalty (CL)	SQ → CL = Positive Significant CS → CL = Positive Significant
4.	The effect of Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Loyalty with customer trust as intervening variables in cv power hearing Bali Budaharini et al., (2022)	- Service Quality (SQ) - Customer Satisfaction (CS)	- Customer Loyalty (CL)	SQ → CL = Positive Significant CS → CL = Positive Significant
5.	The Influence of destination image, Service Quality, and Satisfaction on Loyalty of Archipelago Tourists in Padang City Tourism Objects Puspita & Wardi, (2022)	- Service Quality (SQ) - Customer Satisfaction (CS)	- Customer Loyalty (CL)	SQ → CL = Positive Significant CS → CL = Positive Significant
6.	Influence of Service Quality of islamic banks Customer Satisfaction and their impact on Customer Loyalty	- Service Quality (SQ) - Customer Satisfaction (CS)	- Customer Loyalty (CL)	SQ → CL = Positive Significant CS → CL =

No.	Judul/Penelitian/Tahun	Variabel Independen	Variabel Dependen	Hasil Penelitian
	Afifah & Kurniawati, (2021)			Positive Significant
7.	The impact of Service Quality through Customer Satisfaction on Customer Loyalty Sagala et al., (2021)	- Service Quality (SQ) - Customer Satisfaction (CS)	- Customer Loyalty (CL)	SQ → CL = Positive Significant CS → CL = Positive Significant
8.	The effect of Service Quality and Customer Satisfaction toward Customer Loyalty in service industry Dewi et al., (2021)	- Service Quality (SQ) - Customer Satisfaction (CS)	- Customer Loyalty (CL)	SQ → CL = Positive Significant CS → CL = Positive Significant
9.	The effect of Service Quality and Customer Satisfaction on Customer Loyalty Panday & Nursal, (2021)	- Service Quality (SQ) - Customer Satisfaction (CS)	- Customer Loyalty (CL)	SQ → CL = Positive Significant CS → CL = Positive Significant
10.	The effect of Service Quality, Customer Satisfaction and corporate image on Customer Loyalty in the banking sector in Indonesia Darmawan, (2018)	- Service Quality (SQ) - Customer Satisfaction (CS)	- Customer Loyalty (CL)	SQ → CL = Positive Significant CS → CL = Positive Significant

### 2.7. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual adalah hasil pemikiran yang bersifat kritis dalam memperkirakan kemungkinan hasil penelitian yang akan dicapai. Dalam kerangka konseptual ini dimana peneliti membuat suatu sketsa gambaran mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah, karena hal ini sangat penting sebagai bahan masukan untuk melihat secara karakteristik ketiga variabel yang akan diteliti nantinya. Maka model kerangka konseptual dari penelitian ini adalah sebagai berikut:



## **Gambar 2. 1** **Kerangka Konseptual**

Gambar 2.1 menjelaskan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah yang dilakukan dengan baik akan memberikan pengaruh yang besar terhadap loyalitas nasabah.

### **2.8. Hipotesis**

Menurut Sugiyono, (2012), hipotesis merupakan sebuah dugaan atau referensi yang dirumuskan serta diterima untuk sementara yang dapat menerangkan fakta-fakta yang diamati dan digunakan sebagai petunjuk dalam pengambilan keputusan. Adapun hipotesis dalam penelitian ini:

- H1 : Kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank BNI (Persero) Tbk. Kantor Cabang Rantau Prapat.
- H2 : Kepuasan nasabah berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank BNI (Persero) Tbk. Kantor Cabang Rantau Prapat.

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1. Jenis, Tempat, dan Waktu Penelitian

##### 3.1.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Menurut Sugiyono, (2012) penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat dan seberapa eratnya pengaruh atau hubungan kedua variabel tersebut.

##### 3.1.2. Tempat Penelitian

Penelitian berlokasi di PT. Bank BNI (Persero) Tbk. Kantor Cabang Rantau Prapat.

##### 3.1.3. Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini dari bulan Januari 2022 sampai bulan Juni 2022.

**Tabel 3. 1**  
**Rincian Waktu Penelitian Terdahulu**

No.	Keterangan	Tahun 2021-2022									
		Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agu	Sep
1.	Pengajuan Judul										
2.	Penyusunan Proposal										
3.	Seminar Proposal										
4.	Pengumpulan Data										
5.	Analisis Data										
6.	Seminar Hasil										
7.	Sidang Meja Hijau										

## 3.2. Populasi dan Sampel

### 3.2.1. Populasi

Menurut Sugiyono, (2012) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah PT. Bank BNI (Persero) Tbk. Kantor Cabang Rantau Prapat yang berjumlah 3.340 orang.

### 3.2.2. Sampel

Menurut Sugiyono, (2012) sampel adalah bagian dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan *accidental sampling*. Berdasarkan jumlah populasi diatas maka ditentukan jumlah sampel dengan menggunakan rumus slovin.

Dimana :     n = Jumlah Sampel  
               N = Jumlah Populasi  
               e = Standar error (0,01)

Maka sampel yang dijadikan responden dalam penelitian ini:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2} \qquad n = \frac{3.340}{1+3.340(0,1)^2}$$

$$n = \frac{3.340}{1+3.340(0,01)} \qquad n = \frac{3.340}{1+33.4} \qquad n = 97,09$$

Dalam penelitian ini hasil sampel sebanyak 97,09 nasabah, sehingga digenapkan menjadi 100 sampel pada penelitian ini.



### 3.3. Defenisi Operasional

Definisi operasional adalah suatu sifat atau nilai dari objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Di bawah ini defenisi operasional dari penelitian yang akan dilakukan:

**Tabel 3. 2**  
**Operasional Variabel**

No.	Variabel	Definisi Operasional	Indikator Variabel	Skala Ukur
1.	Loyalitas Nasabah (Y)	Loyalitas nasabah adalah nasabah yang tidak hanya membeli ulang suatu barang dan jasa, tetapi juga mempunyai komitmen dan sikap yang positif terhadap perusahaan jasa, misalnya dengan merekomendasikan orang lain. Naini et al., (2022)	1. Pelanggan yang melakukan pembelian ulang secara teratur. 2. Pelanggan yang membeli untuk produk yang lain ditempat yang sama. 3. Pelanggan yang mereferensikan kepada orang lain. 4. Pelanggan yang tidak dapat dipengaruhi oleh pesaing untuk pindah. (Afifah & Kurniawati, 2021)	Likert
2.	Kualitas Pelayanan (X <sub>1</sub> )	Kualitas pelayanan merupakan sejauh mana pelayanan yang diberikan oleh perusahaan memenuhi kebutuhan atau harapan nasabah Panday & Nursal, (2021)	1. Bukti fisik 2. Keandalan 3. Ketanggapan 4. Jaminan 5. Empati 6. Keterampilan 7. Sikap sopan 8. Terpercaya (Sagala et al., 2021)	Likert
3.	Kepuasan Nasabah (X <sub>2</sub> )	Kepuasan nasabah adalah sikap, penilaian, dan respons emosional konsumen terhadap produk yang mereka beli dan layanan yang mereka nikmati Puspita & Wardi, (2022)	1. Nasabah senang melakukan pembelian. 2. Berdasarkan pengalaman, nasabah puas melakukan pembelian. 3. Produk sudah memenuhi harapan nasabah. 4. Secara keseluruhan, nasabah percaya bahwa produk tidak mengecewakan nasabah. 5. Nasabah tidak complain terhadap produk. (Budaharini et al., 2022)	Likert

### 3.4. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data primer, yaitu data yang langsung diperoleh oleh peneliti dari responden. Seperti hasil wawancara dan jawaban kuesioner tentang variabel dan masalah penelitian.
2. Data sekunder, yaitu data yang dikumpulkan dan diperoleh dari hasil studi sebelumnya, seperti jurnal, dokumen pendukung, dan buku-buku yang akan mendukung pada penelitian ini.

### 3.5. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono, (2012) teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan pengamatan (*observasi*) dan pertanyaan (*questionnaire*).

1. Pengamatan (*observation*), yaitu dengan mengadakan pengamatan langsung pada objek penelitian.
2. Daftar pertanyaan (*questionnaire*), yaitu pengumpulan data dengan menggunakan daftar pertanyaan/angket yang sudah dipersiapkan sebelumnya dan diberikan kepada responden. Dimana responden memilih salah satu jawaban yang telah disediakan dalam daftar pertanyaan.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan *skala likert* sebagai alat ukur instrumen penelitian yang telah ditentukan variabel sebelumnya.

**Tabel 3. 3**  
**Skala Likert**

PERNYATAAN	BOBOT
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

### 3.6. Teknik Analisis Data

#### 3.6.1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

##### 1. Uji Validitas

Menurut Ghozali, (2013) Uji *validitas* merupakan suatu alat untuk mengukur *valid* atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan *valid* apabila pertanyaan pada kuesioner tersebut mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Dasar pengambilan keputusan yang digunakan untuk menguji *validitas* butir angket adalah:

1. Jika *Signifikan*  $<0,05$ , maka pernyataan dinyatakan *valid*.
2. Jika *Signifikan*  $>0,05$ , maka pernyataan dinyatakan tidak *valid*.

##### 2. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali, (2013) Uji *reliabilitas* merupakan suatu alat untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Metode yang digunakan adalah metode *Cronbach's Alpha*. Metode ini diukur berdasarkan skala *Cronbach's Alpha* 0 sampai 1. Jika skala itu itu dikelompok ke dalam lima kelas dengan rentang yang sama, maka ukuran *Cronbach's Alpha* dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai *Cronbach's Alpha* 0,00 s.d. 0,20, berarti sangat tidak *reliabel*
2. Nilai *Cronbach's Alpha* 0,21 s.d. 0,40, berarti tidak *reliabel*
3. Nilai *Cronbach's Alpha* 0,42 s.d. 0,60, berarti cukup *reliabel*
4. Nilai *Cronbach's Alpha* 0,61 s.d. 0,80, berarti *reliabel*
5. Nilai *Cronbach's Alpha* 0,81 s.d. 1,00, berarti sangat *reliabel*

### 3.6.2. Uji Asumsi Klasik

Menurut Sugiyono (2012) Uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas. Jika terdapat heteroskedastisitas, maka varian tidak konstan sehingga dapat menyebabkan biasanya standar error, jika terdapat multikolinieritas, maka akan sulit untuk mengisolasi pengaruh-pengaruh individual dari variabel, sehingga tingkat signifikansi koefisien regresi menjadi rendah. Oleh karena itu, uji asumsi klasik perlu dilakukan.

#### 1. Uji Normalitas

Menurut Ghazali, (2013) pengujian normalitas data dalam penelitian ini dideteksi melalui analisa grafik dan statistik yang dihasilkan melalui perhitungan regresi dengan SPSS.

1. Kurva Histogram, yaitu pengujian dengan menggunakan ketentuan bahwa data normal berbentuk lonceng (*bell shaped*). Data yang baik adalah data yang memiliki pola distribusi normal. Jika data menceng ke kanan atau menceng ke kiri berarti memberitahukan bahwa data tidak berdistribusi secara normal.
2. Grafik *Normality Probability Plot*, ketentuan yang digunakan adalah:
  - a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
  - b. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas
  - c. Uji *Kolmogorof Smirnov*.  
Uji dilakukan untuk mengetahui distribusi data normal atau tidak.
    - a. Jika nilai  $Asymp\ sig > 0.5$  Maka data berdistribusi normal
    - b. Jika nilai  $Asymp\ sig < 0,5$  Maka data tidak normal

## 2. Uji Multikolinieritas

Menurut Ghozali, (2013) Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independen*). Untuk mengetahui ada tidaknya multikolinieritas dalam suatu model, dapat dengan melihat VIF (*Variance Information Factor*) dan *Tolerance*. Jika nilai tolerance  $>0,1$  dan nilai VIF (*Variance Inflation Factors*)  $<10$ , maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas.

## 3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Ghozali, 2013) Uji heteroskedastisitas ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadinya ketidaksamaan variance dari residual ataupun pengamatan ke pengamatan lain tetap. Uji data yang memiliki nilai Sig. kurang dari 0,05 (Sig.  $<0,05$ ) yaitu apabila data memiliki nilai lebih kecil dari nilai Sig. 0,05 maka data memiliki heteroskedastisitas dan cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dalam penelitian dilakukan dengan menggunakan grafik Scatter plot dan uji glejser. Grafik Scatter plot merupakan grafik yang biasa digunakan untuk melihat suatu pola hubungan antara 2 variabel. Untuk bisa menggunakan scatter plot, skala data yang digunakan haruslah skala interval dan rasio. Uji glejser merupakan nilai absolut residual terhadap variabel *independen*.

### 3.6.3. Uji Hipotesis

#### 1. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut Ghozali, (2013) Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) merupakan alat untuk mengukur kedekatan hubungan koefisien detreminasi (*adjusted  $R^2$* ) yaitu angka yang menunjukkan besarnya kemampuan varians atau penyebaran dari

variabel bebas yang menerangkan terhadap variabel terikat atau angka yang menunjukkan seberapa besar variabel terikat dipengaruhi oleh variabel bebasnya. Besarnya koefisien determinasi adalah antara 0 hingga 1 ( $0 < \text{adjusted } R^2 < 1$ ), dimana nilai koefisien mendekati 1, maka model tersebut dikatakan baik.

## 2. Uji Simultan (Uji F)

Menurut Ghozali, (2013) Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas (*independen*) yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat (*dependen*). Melihat berapa nilai F dengan menggunakan tingkat keyakinan 95% ( $\alpha = 0,05$ ), maka maka hipotesis diterima. Hipotesis tidak dapat ditolak mempunyai arti bahwa variabel *independen* berpengaruh signifikan terhadap variabel *dependen*, pada derajat kepercayaan 5% dengan kata lain menerima hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa semua variabel *independen* secara serentak dan signifikan mempengaruhi variabel *dependen*.

## 3. Uji Parsial (Uji t)

Menurut Ghozali, (2013) Uji t digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel *independen* yang digunakan dalam penelitian ini secara individual dalam menerangkan variabel *dependen* secara *parsial*. Dasar pengambilan keputusan digunakan dalam uji t adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai *probabilitas signifikansi*  $> 0,05$  maka hipotesis ditolak. Hipotesis ditolak mempunyai arti bahwa variabel *independen* tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel *dependen*.

2. Jika nilai *probabilitas signifikansi*  $<0,05$  maka hipotesis diterima. Hipotesis tidak dapat ditolak mempunyai arti bahwa *variabel independen* berpengaruh signifikan terhadap *variabel dependen*.

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Dimana:

Y = Loyalitas Nasabah

X1 = Kualitas Pelayanan

X2 = Kepuasan Nasabah

O = Konstanta

$\beta_{1,2}$  = Koefisien Regresi

e = Standar eror (tingkat kesalahan) yaitu 0,05 (5).



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan uraian dan pembahasan yang telah penulis susun, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan hasil penelitian kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank BNI (Persero) Tbk. Kantor Cabang Rantau Prapat.
2. Berdasarkan hasil penelitian kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank BNI (Persero) Tbk. Kantor Cabang Rantau Prapat.

#### 5.2. Saran

Dari penelitian yang telah dilakukan, adapun saran yang dapat peneliti berikan adalah:

1. Diharapkan PT Bank BNI (Persero) Tbk. Kantor Cabang Rantau Prapat dapat meningkatkan kualitas pelayanan dalam meningkatkan respon atas masalah yang disampaikan oleh nasabah dengan cara menambah respon terhadap masalah yang dihadapi nasabah.
2. Diharapkan PT Bank BNI (Persero) Tbk. Kantor Cabang Rantau Prapat dapat meningkatkan kepuasan nasabah melalui pelayanan dan kenyamanan terhadap nasabah.



## DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, A., & Kurniawati, N. A. (2021). Influence of service quality dimensions of islamic banks on customer satisfaction and their impact on customer loyalty. *journal of Islamic economic laws*, 4(2), 105–136.
- Budaharini, I. A. P., Kusuma, I. G. A. T., Widayani, A. A. D., Sujana, I. W., & Villaceran, I. (2022). The effect of service quality and customer satisfaction on customer loyalty with customer trust as intervening variables in cv power hearing Bali. *International journal of sustainability, education, and Global creative economic (ijsegce)*, 5(2), 107–124.
- Darmawan, D. (2018). *The effect of service quality, customer satisfaction and corporate image on customer loyalty in the banking sector in Indonesia*.
- Dewi, D., Hajadi, F., Handranata, Y., & Herlina, M. (2021). The effect of service quality and customer satisfaction toward customer loyalty in service industry. *Uncertain supply chain management*, 9(3), 631–636.
- Ghozali, I. (2013). Aplikasi analisis multivariate dengan program ibm spss 21 update pls regresi. Semarang: badan penerbit universitas diponegoro. *Information technology*, 2(2).
- Juwaini, A., Chidir, G., Novitasari, D., Iskandar, J., Hutagalung, D., Pramono, T., Maulana, A., Safitri, K., Fahlevi, M., & Sulisty, A. (2022). The role of customer trust, service quality and customer satisfaction on customer loyalty. *International journal of data and network science*, 6(2), 477–486.
- Naini, N. F., Santoso, S., Andriani, T. S., & Claudia, U. G. (2022). The effect of product quality, service quality, customer satisfaction on customer loyalty. *Journal of consumer sciences*, 7(1), 34–50.
- Panday, R., & Nursal, M. F. (2021). The the effect of service quality and customer satisfaction on customer loyalty. *Jurnal manajemen strategi dan aplikasi bisnis*, 4(1), 171–180.
- Pérez-Morón, J., Madan, S., Cheu, J. Y., Kee, D. M. H., Cheong, L. C., Chin, R., Cheng, J., & García, A. P. M. (2022). Effect of service quality and customer satisfaction on customer loyalty: a case study of starbucks in Malaysia. *International journal of tourism and hospitality in Asia Pasific (IJTHAP)*, 5(1), 62–74.

- Puspita, D., & Wardi, Y. (2022). The influence of destination image, service quality, and satisfaction on loyalty of archipelago tourists in padang city tourism objects. *Eighth padang International conference on economics education, economics, business and management, accounting and entrepreneurship (PICEEBA-8 2021)*, 423–428.
- Sagala, I., Zebua, Y., & Halim, A. (2021). The impact of service quality through customer satisfaction on customer loyalty. *Nidhomul haq: jurnal manajemen pendidikan Islam*, 6(2), 236–243.
- Sugiyono. (2012). *Metode penelitian bisnis*. Alfabeta.



# LAMPIRAN



**Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian****PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN NASABAH  
TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA PT. BANK BNI  
(Persero) Tbk. KANTOR CABANG RANTAU PRAPAT**

Salam sejahtera bagi kita semua,

Saya Clara Silaban NPM : 188320290 mahasiswa program studi manajemen fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area, saat ini sedang menyusun skripsi untuk menyelesaikan program studi Stara Satu (S1). Dengan mengadopsi dan adaptasi dari artikel-artikel sebelumnya kuesioner yang penulis susun semata-mata untuk kepentingan peneliti saja dan saya akan menjaga kerahasiaan identitas dan jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara/I berikan.

1. Apakah Bapak/Ibu/Saudara/I adalah Nasabah dari PT. Bank BNI (Persero) Tbk.

Kantor Cabang Rantau Prapat ?

YA

TIDAK

2. Jika YA, berapa lama Bapak/Ibu/Saudara/I telah menabung dan bertransaksi di

PT. Bank BNI (Persero) Tbk. Kantor Cabang Rantau Prapat ?

< 1 Tahun

< 1-5 Tahun

< 6-10 Tahun

> 10 Tahun

**I. Identitas Responden**

1. NAMA :
2. JENIS KELAMIN :  Laki-laki  Perempuan
3. USIA :  18 - 25 Tahun  
 26 - 35 Tahun  
 36 - 45 Tahun  
 46 - 55 Tahun  
 Diatas 56 Tahun
4. PROFESI/PEKERJAAN :  Pelajar/Mahasiswa  
 Karyawan/Pegawai  
 Wirausaha/ Wiraswasta  
 Petani/Buruh  
 PNS/TNI/POLRI  
 Lainnya
5. PENDAPATAN :  1.500.000 – 2.500.000  
 3.000.000 – 5.000.000  
 6.000.000 – 8.000.000  
 Lainnya

## II. Petunjuk Pengisian

Berilah tanda ceklist (✓) pada bagian identitas responden dan pada jawaban Bapak/Ibu/Saudara/i yang sesuai atas pertanyaan-pertanyaan di bawah ini. Setiap pertanyaan membutuhkan satu jawaban.

Keterangan :

STS = Sangat Tidak Setuju (diberi nilai 1)

TS = Tidak Setuju (diberi nilai 2)

KS = Kurang Setuju (diberi nilai 3)

S = Setuju (diberi nilai 4)

SS = Sangat Setuju (diberi nilai 5)

## III. DAFTAR PERNYATAAN

### 1. VARIABEL BEBAS KUALITAS PELAYANAN (X1)

NO.	KETERANGAN	STS	TS	KS	S	SS
1.	Karyawan Bank BNI Kantor Cabang Rantau Prapat memberikan perhatian dan pemahaman tentang masalah nasabah					
2.	Bank BNI Kantor Cabang Rantau Prapat memberikan pelayanan dengan baik					
3.	Bank BNI Kantor Cabang Rantau Prapat memiliki ruangan yang tertata rapi					
4.	Karyawan Bank BNI Kantor Cabang Rantau Prapat berpenampilan dengan rapi					
5.	Bank BNI Kantor Cabang Rantau Prapat memiliki fasilitas yang nyaman bagi nasabah					
6.	Karyawan Bank BNI Kantor Cabang Rantau Prapat merahasiakan data keuangan nasabah					
7.	Karyawan Bank BNI Kantor Cabang Rantau Prapat merespon nasabah dengan tepat waktu					
8.	Karyawan Bank BNI Kantor Cabang Rantau Prapat selalu bersikap ramah kepada nasabah					

## 2. VARIABEL BEBAS KEPUASAN NASABAH (X2)

NO.	KETERANGAN	STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya puas dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan Bank BNI Kantor Cabang Rantau Prapat					
2.	Saya puas dengan kenyamanan yang diberikan oleh Bank BNI Kantor Cabang Rantau Prapat					
3.	Saya puas dengan solusi yang diberikan oleh karyawan Bank BNI Kantor Cabang Rantau Prapat untuk keluhan saya					
4.	Kinerja yang ditunjukkan karyawan Bank BNI Kantor Cabang Rantau Prapat mampu memberikan kepercayaan bagi nasabah					
5.	Karyawan Bank BNI Kantor Cabang Rantau Prapat selalu membantu masalah saya dalam bertransaksi					

## 3. VARIABEL TERIKAT LOYALITAS NASABAH (Y)

NO.	KETERANGAN	STS	TS	KS	S	SS
1.	Bank BNI Kantor Cabang Rantau Prapat adalah pilihan pertama saya untuk menabung					
2.	Saya akan melakukan transaksi dan menabung di Bank BNI Kantor Cabang Rantau Prapat					
3.	Saya akan merekomendasikan Bank BNI Kantor Cabang Rantau Prapat kepada orang lain					
4.	Saya tidak akan berpindah ke Bank lain untuk menabung dan bertransaksi					

**Lampiran 2 : Data Penelitian****Loyalitas Nasabah (Y)**

<b>NO</b>	<b>LN 1</b>	<b>LN 2</b>	<b>LN 3</b>	<b>LN 4</b>	<b>Total</b>
1	5	4	5	4	18
2	5	5	5	4	19
3	4	4	3	5	16
4	4	4	5	5	18
5	4	4	4	4	16
6	4	4	4	4	16
7	4	4	4	4	16
8	5	4	4	4	17
9	3	3	3	3	12
10	4	4	4	4	16
11	5	5	5	5	20
12	4	4	4	4	16
13	4	5	4	5	18
14	4	5	4	5	18
15	4	4	4	5	17
16	4	4	3	5	16
17	4	4	5	5	18
18	4	4	4	4	16
19	4	4	4	4	16
20	4	4	4	4	16
21	5	4	4	4	17
22	3	3	3	3	12
23	4	4	4	4	16
24	3	3	3	3	12
25	5	4	5	4	18
26	5	5	5	4	19
27	4	4	3	3	14
28	4	4	3	4	15
29	4	4	4	4	16
30	4	4	4	4	16
31	5	5	5	4	19
32	4	4	3	5	16
33	4	4	5	5	18
34	4	4	4	4	16
35	4	4	4	4	16
36	4	4	4	4	16
37	5	4	4	4	17
38	3	3	3	3	12
39	4	4	4	4	16
40	5	5	5	5	20
41	4	4	4	4	16



42	4	5	4	5	18
43	4	5	4	5	18
44	4	4	4	5	17
45	4	4	3	5	16
46	4	4	5	5	18
47	4	4	4	4	16
48	4	4	4	4	16
49	4	4	4	4	16
50	5	4	4	4	17
51	3	3	3	3	12
52	4	4	4	4	16
53	3	3	3	3	12
54	5	4	5	4	18
55	5	5	5	4	19
56	4	4	3	3	14
57	4	4	3	4	15
58	4	4	4	4	16
59	4	4	4	4	16
60	4	4	4	4	16
61	4	4	4	4	16
62	3	3	3	3	12
63	4	4	4	4	16
64	5	5	5	5	20
65	5	4	5	4	18
66	5	5	5	4	19
67	4	4	3	5	16
68	4	4	5	5	18
69	4	4	4	4	16
70	4	4	4	4	16
71	4	4	4	4	16
72	5	4	4	4	17
73	3	3	3	3	12
74	4	4	4	4	16
75	5	5	5	5	20
76	4	4	3	5	16
77	4	4	5	5	18
78	4	4	4	4	16
79	4	4	4	4	16
80	4	4	4	4	16
81	3	3	3	3	12
82	5	4	5	4	18
83	5	5	5	4	19
84	4	4	3	3	14
85	4	3	4	4	15
86	4	4	4	4	16

87	4	4	4	4	16
88	4	4	4	4	16
89	4	4	4	5	17
90	3	3	3	3	12
91	4	4	4	4	16
92	5	5	5	5	20
93	5	4	5	4	18
94	5	5	5	4	19
95	4	4	3	5	16
96	4	4	5	5	18
97	4	4	4	4	16
98	3	3	3	3	12
99	5	4	5	4	18
100	5	5	5	4	19

### Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>)

NO	KP 1	KP 2	KP 3	KP 4	KP 5	KP 6	KP 7	KP 8	Total
1	5	4	5	4	4	4	4	5	35
2	5	5	5	4	5	5	5	4	38
3	4	4	3	5	5	5	5	5	36
4	4	4	5	5	4	4	4	4	34
5	4	4	4	4	5	5	4	5	35
6	4	4	4	4	5	4	5	5	35
7	4	4	4	4	4	4	4	4	32
8	5	4	4	4	4	4	3	4	32
9	3	3	3	3	4	4	4	5	29
10	4	4	4	4	5	5	5	4	35
11	5	5	5	5	5	5	5	5	40
12	4	4	4	4	4	4	4	4	32
13	4	5	4	5	5	5	4	5	37
14	4	5	4	5	5	4	5	5	37
15	4	4	4	5	5	5	5	5	37
16	4	4	3	5	4	4	5	4	33
17	4	4	5	5	4	3	4	4	33
18	4	4	4	4	4	5	4	4	33
19	4	4	4	4	4	4	3	5	32
20	4	4	4	4	4	4	4	4	32
21	5	4	4	4	4	4	5	4	34
22	3	3	3	3	4	4	4	3	27
23	4	4	4	4	4	4	4	4	32
24	3	3	3	3	5	5	4	5	31
25	5	4	5	4	5	5	5	5	38
26	5	5	5	4	5	5	4	5	38
27	4	4	3	3	4	5	4	4	31

28	4	4	3	4	3	4	3	4	29
29	4	4	4	4	3	4	4	5	32
30	4	4	4	4	4	4	3	4	31
31	5	5	5	4	5	5	5	4	38
32	4	4	3	5	5	5	5	5	36
33	4	4	5	5	4	4	4	4	34
34	4	4	4	4	5	5	4	5	35
35	4	4	4	4	5	4	5	5	35
36	4	4	4	4	4	4	4	4	32
37	5	4	4	4	4	4	3	4	32
38	3	3	3	3	4	4	4	5	29
39	4	4	4	4	5	5	5	4	35
40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
41	4	4	4	4	4	4	4	4	32
42	4	5	4	5	5	5	4	5	37
43	4	5	4	5	5	4	5	5	37
44	4	4	4	5	5	5	5	5	37
45	4	4	3	5	4	4	5	4	33
46	4	4	5	5	4	3	4	4	33
47	4	4	4	4	4	5	4	4	33
48	4	4	4	4	4	4	3	5	32
49	4	4	4	4	4	4	4	4	32
50	5	4	4	4	4	4	5	4	34
51	3	3	3	3	4	4	4	3	27
52	4	4	4	4	4	4	4	4	32
53	3	3	3	3	5	5	4	5	31
54	5	4	5	4	5	5	5	5	38
55	5	5	5	4	5	5	4	5	38
56	4	4	3	3	4	5	4	4	31
57	4	4	3	4	3	4	3	4	29
58	4	4	4	4	3	4	4	5	32
59	4	4	4	4	4	4	3	4	31
60	4	4	4	4	4	4	4	5	33
61	4	4	4	4	4	4	4	4	32
62	3	3	3	3	3	3	4	4	26
63	4	4	4	4	4	4	4	4	32
64	5	5	5	5	4	4	3	4	35
65	5	4	5	4	4	4	4	5	35
66	5	5	5	4	5	5	5	4	38
67	4	4	3	5	5	5	5	5	36
68	4	4	5	5	4	4	4	4	34
69	4	4	4	4	5	5	4	5	35
70	4	4	4	4	5	4	5	5	35
71	4	4	4	4	4	4	4	4	32
72	5	4	4	4	4	4	3	4	32

73	3	3	3	3	4	4	4	5	29
74	4	4	4	4	5	5	5	4	35
75	5	5	5	5	5	5	5	5	40
76	4	4	3	5	4	4	5	4	33
77	4	4	5	5	4	3	4	4	33
78	4	4	4	4	4	5	4	4	33
79	4	4	4	4	4	4	3	5	32
80	4	4	4	4	4	4	4	4	32
81	3	3	3	3	5	5	4	5	31
82	5	4	5	4	5	5	5	5	38
83	5	5	5	4	5	5	4	5	38
84	4	4	3	3	4	5	4	4	31
85	4	3	4	4	3	4	3	4	29
86	4	4	4	4	3	4	4	5	32
87	4	4	4	4	4	4	3	4	31
88	4	4	4	4	4	4	4	5	33
89	4	4	4	5	4	4	3	4	32
90	3	3	3	3	3	3	4	4	26
91	4	4	4	4	4	4	4	4	32
92	5	5	5	5	4	4	3	4	35
93	5	4	5	4	4	4	4	5	35
94	5	5	5	4	5	5	5	4	38
95	4	4	3	5	5	5	5	5	36
96	4	4	5	5	4	4	4	4	34
97	4	4	4	4	5	5	4	5	35
98	3	3	3	3	5	5	4	5	31
99	5	4	5	4	5	5	5	5	38
100	5	5	5	4	5	5	4	5	38

### Kepuasan Nasabah (X<sub>2</sub>)

NO	KN 1	KN 2	KN 3	KN 4	KN 5	Total
1	4	4	4	4	4	20
2	4	4	4	5	5	22
3	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	5	5	22
6	5	5	5	5	5	25
7	4	4	4	4	4	20
8	4	4	4	4	4	20
9	3	4	4	5	5	21
10	4	4	4	4	4	20
11	4	3	3	4	4	18
12	4	5	5	4	4	22
13	4	4	4	5	5	22

14	4	4	4	5	5	22
15	4	4	4	4	4	20
16	4	4	4	3	3	18
17	4	4	4	4	4	20
18	5	5	5	5	5	25
19	5	5	5	5	5	25
20	5	5	5	5	5	25
21	4	5	5	4	4	22
22	3	4	4	4	4	19
23	3	4	4	5	5	21
24	4	4	4	4	4	20
25	4	4	4	5	5	22
26	4	5	5	5	5	24
27	3	3	3	4	4	17
28	4	4	4	4	4	20
29	4	4	4	4	4	20
30	4	4	4	5	5	22
31	4	4	4	4	4	20
32	4	4	4	5	5	22
33	4	4	4	4	4	20
34	4	4	4	4	4	20
35	4	4	4	5	5	22
36	5	5	5	5	5	25
37	4	4	4	4	4	20
38	4	4	4	4	4	20
39	3	4	4	5	5	21
40	4	4	4	4	4	20
41	4	3	3	4	4	18
42	4	5	5	4	4	22
43	4	4	4	5	5	22
44	4	4	4	5	5	22
45	4	4	4	4	4	20
46	4	4	4	3	3	18
47	4	4	4	4	4	20
48	5	5	5	5	5	25
49	5	5	5	5	5	25
50	5	5	5	5	5	25
51	4	5	5	4	4	22
52	3	4	4	4	4	19
53	3	4	4	5	5	21
54	4	4	4	4	4	20
55	4	4	4	5	5	22
56	4	5	5	5	5	24
57	3	3	3	4	4	17
58	4	4	4	4	4	20

59	4	4	4	4	4	20
60	4	4	4	5	5	22
61	5	5	5	5	5	25
62	4	5	5	4	4	22
63	3	4	4	4	4	19
64	3	4	4	5	5	21
65	4	4	4	4	4	20
66	4	4	4	5	5	22
67	4	5	5	5	5	24
68	3	3	3	4	4	17
69	4	4	4	4	4	20
70	4	4	4	4	4	20
71	4	4	4	5	5	22
72	4	4	4	4	4	20
73	4	4	4	5	5	22
74	4	4	4	4	4	20
75	4	4	4	4	4	20
76	4	4	4	5	5	22
77	5	5	5	5	5	25
78	4	4	4	4	4	20
79	4	4	4	4	4	20
80	3	4	4	5	5	21
81	4	4	4	4	4	20
82	4	3	3	4	4	18
83	4	5	5	4	4	22
84	4	4	4	5	5	22
85	4	4	4	5	5	22
86	4	4	4	4	4	20
87	4	4	4	3	3	18
88	4	4	4	4	4	20
89	5	5	5	5	5	25
90	5	5	5	5	5	25
91	5	5	5	5	5	25
92	4	5	5	4	4	22
93	3	4	4	4	4	19
94	3	4	4	5	5	21
95	4	4	4	4	4	20
96	4	4	4	5	5	22
97	4	5	5	5	5	24
98	3	3	3	4	4	17
99	4	4	4	4	4	20
100	4	4	4	4	4	20

### Lampiran 3 : Output Hasil Uji Statistika

#### A. Data Uji Validitas

#### Distribusi Jawaban Responden Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>)

		Correlations								
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	TOTAL_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.664**	.695**	.333	.166	.166	.200	.135	.656**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	.072	.381	.379	.290	.479	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.664**	1	.572**	.604**	.364*	.270	.259	.249	.770**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	.048	.149	.167	.185	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.695**	.572**	1	.395*	.245	.000	.149	.175	.647**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		.031	.191	1.000	.431	.356	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	.333	.604**	.395*	1	.241	-.046	.347	.219	.614**
	Sig. (2-tailed)	.072	<.001	.031		.199	.809	.061	.246	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	.166	.364*	.245	.241	1	.648**	.599**	.467**	.729**
	Sig. (2-tailed)	.381	.048	.191	.199		<.001	<.001	.009	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.6	Pearson Correlation	.166	.270	.000	-.046	.648**	1	.355	.353	.519**
	Sig. (2-tailed)	.379	.149	1.000	.809	<.001		.054	.056	.003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.7	Pearson Correlation	.200	.259	.149	.347	.599**	.355	1	.219	.626**
	Sig. (2-tailed)	.290	.167	.431	.061	<.001	.054		.245	<.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.8	Pearson Correlation	.135	.249	.175	.219	.467**	.353	.219	1	.541**
	Sig. (2-tailed)	.479	.185	.356	.246	.009	.056	.245		.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL_X1	Pearson Correlation	.656**	.770**	.647**	.614**	.729**	.519**	.626**	.541**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	.003	<.001	.002	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### Distribusi Jawaban Responden Uji Validitas Kepuasan Nasabah (X<sub>2</sub>)

		Correlations					
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TOTAL_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.619**	.619**	.233	.233	.684**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	.215	.215	<.001
	N	30	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.619**	1	1.000**	.346	.346	.841**
	Sig. (2-tailed)	<.001		.000	.061	.061	<.001
	N	30	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.619**	1.000**	1	.346	.346	.841**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.000		.061	.061	<.001
	N	30	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	.233	.346	.346	1	1.000**	.765**
	Sig. (2-tailed)	.215	.061	.061		.000	<.001
	N	30	30	30	30	30	30
X2.5	Pearson Correlation	.233	.346	.346	1.000**	1	.765**
	Sig. (2-tailed)	.215	.061	.061	.000		<.001
	N	30	30	30	30	30	30
TOTAL_X2	Pearson Correlation	.684**	.841**	.841**	.765**	.765**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	30	30	30	30	30	30

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### Distribusi Jawaban Responden Uji Validitas Loyalitas Nasabah (Y)

		Correlations				
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	TOTAL_Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.664**	.695**	.333	.824**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	.072	<.001
	N	30	30	30	30	30
Y.2	Pearson Correlation	.664**	1	.572**	.604**	.859**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	30	30	30	30	30
Y.3	Pearson Correlation	.695**	.572**	1	.395*	.838**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		.031	<.001
	N	30	30	30	30	30
Y.4	Pearson Correlation	.333	.604**	.395*	1	.721**
	Sig. (2-tailed)	.072	<.001	.031		<.001
	N	30	30	30	30	30
TOTAL_Y	Pearson Correlation	.824**	.859**	.838**	.721**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	30	30	30	30	30

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



## B. Data Uji Reliabilitas

### Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Cronbach's Alpha	N of Items
.788	8

### Kepuasan Nasabah ( $X_2$ )

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Cronbach's Alpha	N of Items
.837	5

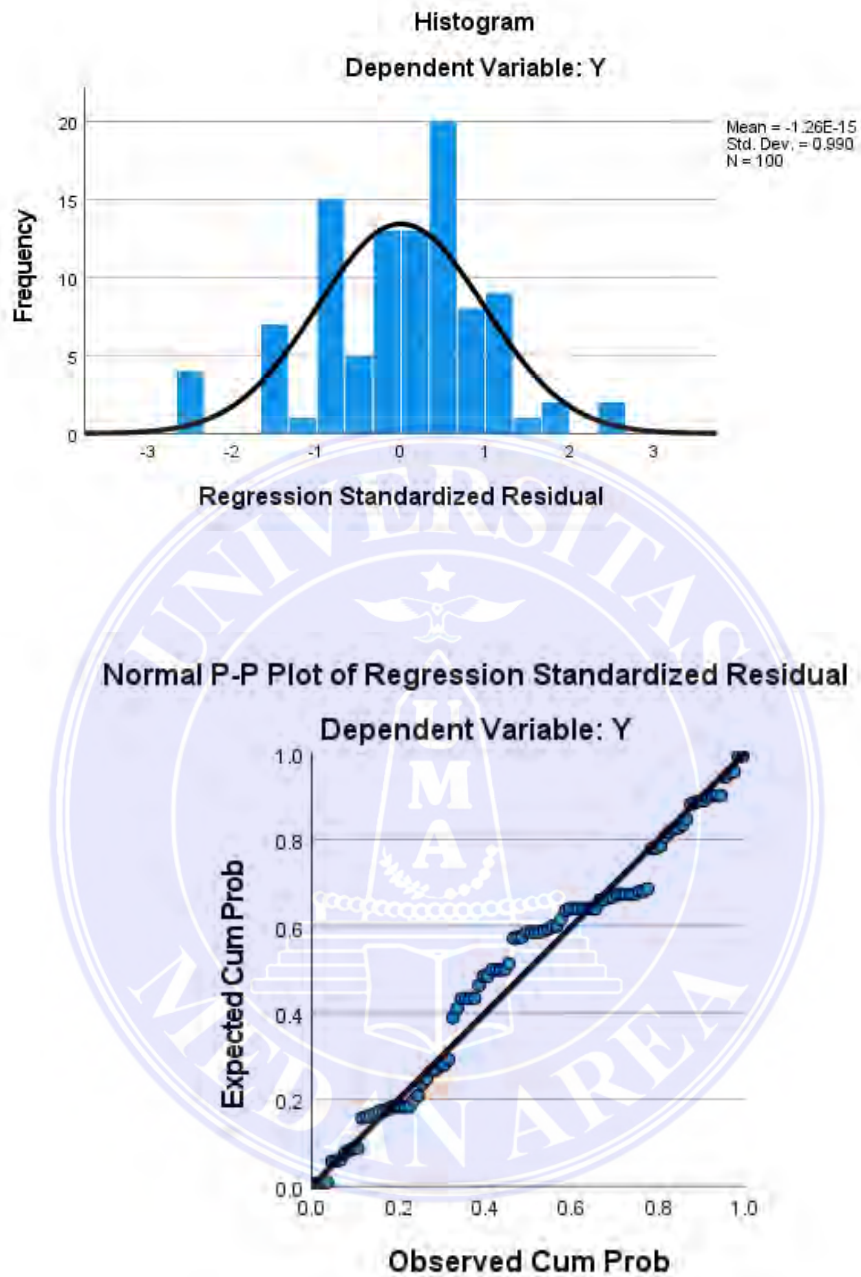
### Loyalitas Nasabah (Y)

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Cronbach's Alpha	N of Items
.818	4

### C. Uji Asumsi Klasik



### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.98349200
Most Extreme Differences	Absolute	.078
	Positive	.057
	Negative	-.078
Test Statistic		.078
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>		.128

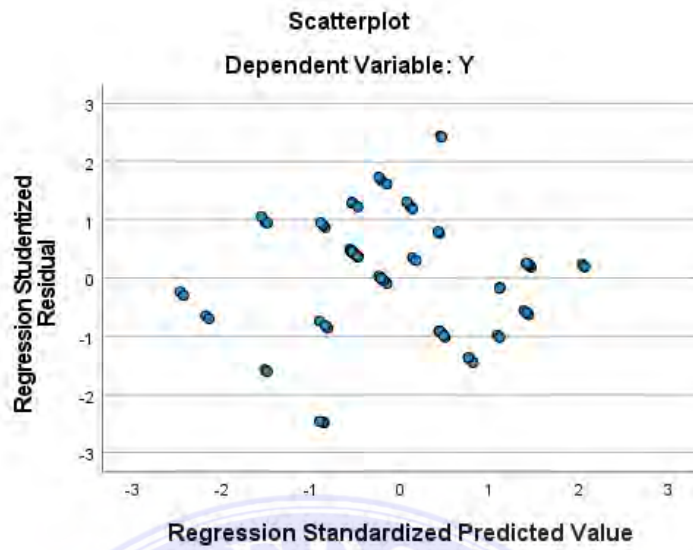
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.216	1.825			
	Kualitas_Pelayan n_X1	.239	.082	.215	.968	1.086
	Kepuasan_Nasab ah_X2	.462	.071	.486	.968	1.086

a. Dependent Variable: Loyalitas\_Nasabah\_Y



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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.119	1.085		3.095	.002
X1	.053	.023	.223	.290	.724
X2	.067	.034	.061	.660	.653

a. Dependent Variable: ABS\_RES

**D. Uji Hipotesis**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.814 <sup>a</sup>	.662	.655	1.19563

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	272.085	2	136.043	95.166	<,001 <sup>b</sup>
	Residual	138.665	97	1.430		
	Total	410.750	99			

a. Dependent Variable: Y


b. Predictors: (Constant), X2, X1

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.216	1.825		6.215	<,001
Kualitas_Pelayanan_X1	.239	.082	.215	6.795	.018
Kepuasan_Nasabah_X2	.462	.071	.486	.478	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas\_Nasabah\_Y

## Lampiran 4 : Surat Izin Penelitian



### UNIVERSITAS MEDAN AREA

#### FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus I : Jl. Kolam No. 1 Medan Estate Telp (061) 7366878, 7360168, 7364348, 7366781, Fax. (061) 7366998  
Kampus II : Jl. Sei Serayu No. 70A/Jl. Setia Budi No. 79B Medan Telp (061) 8225602, 8201994, Fax. (061) 8226331  
Email : univ\_medanarea@uma.ac.id Website.uma.ac.id/ekonomi.uma.ac.id email fakultas :ekonomi@uma.ac.id

---

Nomor : 1640/FEB/01.1/IV/2022 14 April 2022  
Lamp :  
Perihal : Izin Research / Survey

Kepada Yth,  
**PT. Bank BNI ( Persero ) Tbk. Kantor Cabang Rantau Prapat**

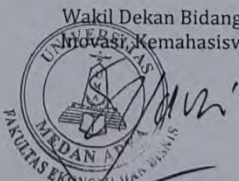
Dengan hormat,  
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area di Medan, mengharapkan bantuan saudara kepada mahasiswa kami :

Nama : CLARA SILABAN  
N P M : 188320290  
Program Studi : Manajemen  
Judul : **Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank BNI ( Persero ) Tbk. Kantor Cabang Rantau Prapat**

Untuk diberi izin Research / Survey yang Saudara pimpin selama Satu Bulan. Hal ini dibutuhkan sehubungan dengan tugasnya menyusun Skripsi sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Perguruan Tinggi dengan memenuhi ketentuan dan peraturan administrasi di Instansi / Perusahaan Bapak/Ibu.

Dapat kami beritahukan bahwa Research ini dipergunakan hanya untuk kepentingan ilmiah semata-mata. Kami mohon kiranya diberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan, serta memberikan surat keterangan yang menyatakan telah selesai melakukan penelitian.

Demikian kami sampaikan atas bantuan dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.

Wakil Dekan Bidang  
Inovasi, Kemahasiswaan dan Alumni  
  
**Dr. Wan Suryani, SE, M.Si**

**Tembusan :**

1. Wakil Rektor Bidang Akademik
2. Kepala LPPM
3. Mahasiswa ybs
4. Pertinggal

## Lampiran 5 : Surat Balasan Izin Penelitian



Rantau Prapat, 08 Juni 2022

No : RTP/2/060  
Hal : Persetujuan Penelitian  
Lamp. : -

Kepada :  
Universitas Medan Area  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Jl. Setia Budi Bo.79 B  
MEDAN

Dengan ini kami sampaikan perihal pelaksanaan penelitian mahasiswa dibawah ini sebagai berikut :

Nama : Clara Silaban  
NIM : 188320290  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Jurusan : Manajemen  
Perguruan Tinggi : Universitas Medan Area

Kami sampaikan bahwa mahasiswa sudah melakukan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi untuk syarat kelulusan.

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya, atas perhatian saudara terima kasih.

PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk.  
Kantor Cabang Rantau Prapat

  
Riza Syah Fahlevi  
Pemimpin



PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk.  
Kantor Cabang Rantau Prapat  
Jl. Jend Ahmad Yani No.60-62  
Rantau Prapat  
www.bni.co.id