

BAB IV

DESKRIPSI DATA, HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

1. Profil BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan

a. Sejarah Singkat Berdirinya BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran

PT BPRS Sarana Prima Mandiri resmi beroperasi pada tanggal 1 Juli 2008 berdasarkan Keputusan Gubernur Bank Indonesia No. 10/41/KEP.GBI/2008 Jkt. 19 Juni yang diresmikan oleh Ibu Hj. Siti Fajriyah selaku Deputy Gubernur Bank Indonesia. Pertama kali peresmian tersebut memakai nama PT. BPRS Sarana Pamekasan dan membangun sebuah Kantor Pusat yang beralamat di Jl. KH. Agus Salim No. 20 Pamekasan. Pada tahun 2011 seiring dengan dibukanya Kantor Cabang Bangkalan, maka pada tahun 2012 nama bank mengalami perubahan menjadi PT BPRS Sarana Prima Mandiri. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan memiliki 1 Kantor Cabang di Jl. Trunojoyo No. 56 Bangkalan dan 1 Kantor Kas di Jl. Raya Bandaran Pamekasan, serta 2 Kantor *Payment Point* yaitu di Larangan dan Ummul Qura.

BPRS Sarana Prima Mandiri memiliki slogan “Bersyariah Menuju Berkah” dengan tujuan agar produk-produk kami bisa memberikan berkah sesuai syariah. Kehadiran Bank Pembiayaan Rakyat Syariah di wilayah Madura yang religius diharapkan mampu memenuhi kebutuhan masyarakat Madura dalam

bertransaksi sesuai syariah Islam. BPRS Sarana Prima Mandiri mengajak kepada para muslimin dan muslimat untuk menabung dan berinvestasi di BPRS Sarana Prima Mandiri. Mengingat pentingnya pemasaran yang harus dilakukan agar dapat bersaing dengan lembaga keuangan lain melalui produk-produk yang ditawarkan, maka BPRS Sarana Prima Mandiri melakukan inovasi dengan mengeluarkan berbagai produk sehingga nasabah akan setia untuk selalu membeli produk-produk yang ada di BPRS Sarana Prima Mandiri, seperti misalnya pada BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran.¹

BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran merupakan salah satu lembaga keuangan yang berada di jalan raya Bandaran. Lembaga ini berdiri sejak tahun 2015, dan selama hampir 5 tahun ini BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran mengalami peningkatan jumlah nasabah selama 3 tahun terakhir ini, yaitu pada tahun 2019 jumlah nasabah sebanyak 527 nasabah, pada tahun 2020 sebanyak 596 nasabah, dan pada tahun 2021 sebanyak 638 nasabah.²

BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran menunjukkan kemajuannya dalam meningkatkan kinerja yang dilaksanakan, yang dapat dibuktikan dengan meningkatnya jumlah nasabah setiap tahunnya. Hal ini dapat dilihat dari segi kemampuan perusahaan dalam memberikan kualitas layanan yang sesuai dengan yang diharapkan. Selain kualitas layanan, BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran juga mampu memberikan kesan dibenak para nasabah, yang kemudian hal tersebut mampu menciptakan citra positif ataupun negatif sesuai dengan perasaan dan pengalaman nasabah pada sebuah bank.

¹ Bank Syariah SPM, Profil PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan, diakses dari <http://banksyariahspm.co.id/>, pada tanggal 29 Oktober 2021 pukul 09.28 WIB.

² Suhari, Kepala BPRS SPM Kantor Kas Bandaran, *Wawancara Langsung*, (22 Juli 2021).

Kepuasan nasabah dapat terbentuk dengan memberikan kualitas layanan yang sesuai dengan yang diharapkan dan menciptakan citra perusahaan yang positif. BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran memberikan kemudahan kepada nasabah dalam berbagai transaksi, baik penghimpunan dana maupun penyaluran dana, seperti misalnya sistem jemput bola yang memberikan kemudahan kepada nasabah yang ingin menabung, meminjam dana atau bahkan membayar setoran dengan cara menjemput dana nasabah yang ingin menabung dan mengantarkan dana nasabah yang dibutuhkan ke rumah nasabah masing-masing, sehingga nasabah tidak perlu pergi ke kantor melainkan nasabah hanya tinggal duduk santai di rumah.

Kemudahan transaksi yang diberikan oleh BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran mampu meningkatkan kepuasan nasabahnya sehingga akan terus melakukan transaksi secara terus-menerus di BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran. Selain itu, nasabah yang merasa puas juga akan memberikan promosi gratis dari mulut ke mulut kepada para kerabat, teman, tetangga dan lain sebagainya dengan menceritakan berbagai kemudahan, kenyamanan dan keamanan bertransaksi di BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran. Kualitas layanan yang sesuai dengan yang diharapkan dan citra perusahaan yang positif mampu meningkatkan kepuasan nasabah dan nantinya akan menciptakan nasabah yang loyal, dan nasabah yang loyal akan membantu perusahaan untuk mempromosikan produk atau jasanya dengan cara menyampaikan apa yang mereka rasakan saat bertransaksi dan bekerjasama dengan BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran.

**b. Visi dan Misi BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas
Bandaran Pamekasan**

Adapun visi dan misi dari BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran, yaitu:

1) Visi

Menjadi bank syariah yang dekat dengan masyarakat dan terpercaya dalam usaha syariah.

2) Misi

Memberi pelayanan yang mudah, cepat, dan terbaik kepada seluruh nasabah sesuai prinsip kehati-hatian serta senantiasa menjunjung tinggi prinsip-prinsip syariah.

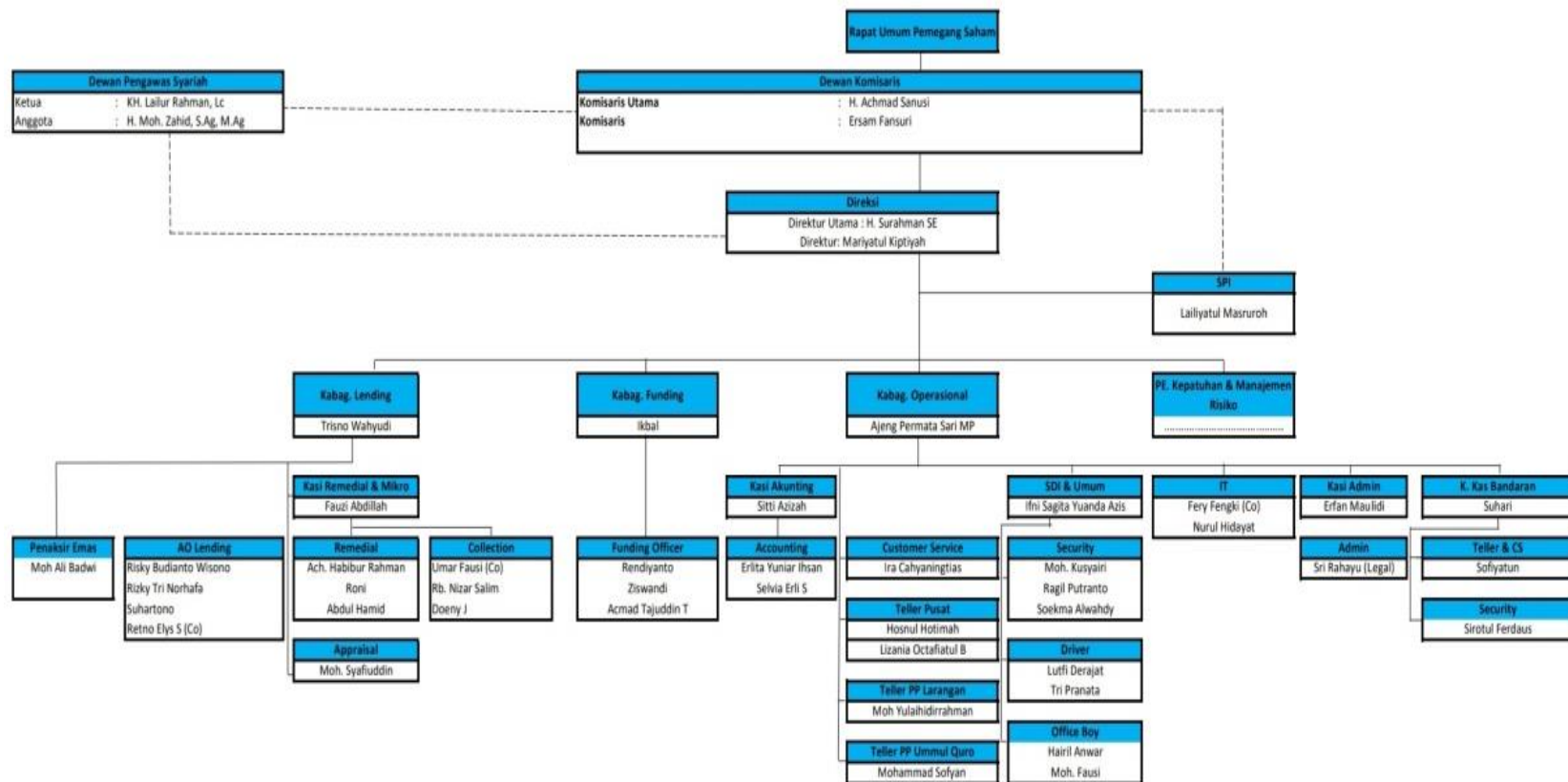
c. Produk-produk BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan

Berikut adalah produk-produk yang terdapat di BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran Pamekasan, antara lain:

- 1) Tabungan Multiguna
- 2) Tabungan Taubah
- 3) Tabungan Tarbiyah
- 4) Tabungan Ibadiah
- 5) Deposito
- 6) Gadai Emas Ib
- 7) Pembiayaan TABAROK (Tanpa Agunan dan Barokah)

d. Struktur Organisasi BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan

Gambar 4.1
Struktur Organisasi BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan



2. Deskripsi Data Penelitian

Data penelitian dikumpulkan dengan cara menyebarkan kuesioner langsung kepada responden. Penelitian ini menyebarkan sebanyak 246 kuesioner kepada nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran. Penyebaran kuesioner dilakukan secara langsung oleh peneliti dengan menemui responden, yang diharapkan agar lebih efektif dalam pengumpulan data. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *Sampling Insidental* yang merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan. Oleh karena itu, syarat untuk mengolah data menggunakan alat analisis SPSS Versi 24 sudah terpenuhi.

Berikut ini rincian pengumpulan data penelitian dengan menyebarkan kuesioner kepada nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran, yaitu:

Tabel 4.1
Rincian Penyebaran dan Pengembalian Kuesioner

Kuesioner	Jumlah
Kuesioner yang disebarkan	246
Kuesioner yang tidak kembali	0
Kuesioner yang kembali	246
Kuesioner yang digugurkan	0
Kuesioner yang digunakan	246
Tingkat pengembalian	100%
Tingkat pengembalian yang digunakan	100%

Sumber: Data primer diolah tahun 2021

Tabel 4.1 menunjukkan bahwa jumlah kuesioner yang disebarkan sebanyak 246, dan kuesioner yang dianalisis sebanyak 246 kuesioner dengan tingkat pengembalian yaitu 100%.

3. Deskripsi Data Responden

Penelitian ini dilakukan di BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran, dengan menggunakan data kuesioner sebanyak 246 data nasabah. Masing-masing responden memiliki karakteristik yang berbeda, sehingga dalam penelitian ini responden akan diidentifikasi menjadi beberapa kriteria, yaitu berdasarkan jenis kelamin, usia, dan pekerjaan. Berdasarkan hal tersebut, maka akan diketahui karakteristik responden secara umum.

a. Identifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.2
Identifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin Responden					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	72	29.3	29.3	29.3
	Perempuan	174	70.7	70.7	100.0
	Total	246	100.0	100.0	

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel 4.2 diatas, memperlihatkan bahwa responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 72

orang (29,3%), sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 174 orang (70,7%).

b. Identifikasi Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.3

Identifikasi Responden Berdasarkan Usia

Usia Responden					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<25 Tahun	31	12.6	12.6	12.6
	25-35 Tahun	116	47.2	47.2	59.8
	>35 Tahun	99	40.2	40.2	100.0
	Total	246	100.0	100.0	

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel 4.3 diatas, menunjukkan bahwa responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini dengan kriteria usia <25 tahun sebanyak 31 orang (12,6%), responden dengan usia 25-35 tahun sebanyak 116 orang (47,2%), dan responden dengan usia > 35 tahun sebanyak 99 orang (40,2%).

c. Identifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.4
Identifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan Responden					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Guru	7	2.8	2.8	2.8
	Ibu Rumah Tangga	65	26.4	26.4	29.3
	Mahasiswa/Pelajar	3	1.2	1.2	30.5
	Pedagang	110	44.7	44.7	75.2
	Wiraswasta	61	24.8	24.8	100.0
	Total	246	100.0	100.0	

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel 4.4 diatas, menunjukkan bahwa responden dengan kriteria berdasarkan pekerjaan, yaitu guru sebanyak 7 orang (2,8%), Ibu Rumah Tangga sebanyak 65 orang (26,4%), mahasiswa/pelajar sebanyak 3 orang (1,2%), pedagang sebanyak 110 orang (44,7%), dan wiraswasta sebanyak 61 orang (24,8%).

4. Deskripsi Variabel Penelitian

Penelitian ini menyebarkan sebanyak 246 kuesioner kepada responden, dengan jumlah pernyataan pada setiap kuesioner yaitu 12 item pernyataan untuk variabel kualitas layanan (X_1), 2 item pernyataan untuk variabel citra perusahaan (X_2), 4 item pernyataan untuk variabel loyalitas nasabah (Y), dan 5 item pernyataan untuk variabel kepuasan nasabah (Z), sehingga total keseluruhan pernyataan pada kuesioner sebanyak 25 item pernyataan.

a. **Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Layanan (X_1)**

Tabel 4.5

Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Layanan (X_1)

No	Sangat Setuju: 5		Setuju: 4		Netral: 3		Tidak Setuju : 2		Sangat Tidak Setuju: 1		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	152	61,8	94	38,2							246
2	128	52,0	116	47,2	2	0,8					246
3	97	39,4	134	54,5	15	6,1					246
4	127	7,3	101	41,1	18	7,3					246
5	139	56,5	103	41,9	4	1,6					246
6	127	51,6	100	40,7	19	7,7					246
7	95	38,6	124	50,4	27	11,0					246
8	115	46,7	100	40,7	31	12,6					246
9	117	47,6	102	41,5	27	11,0					246
10	110	44,7	121	49,2	15	6,1					246
11	127	51,6	109	44,3	10	4,1					246
12	120	48,8	124	50,4	2	0,8					246
Jumlah	1.454		1.328		170						

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel 4.5 diatas, dapat diketahui bahwa tanggapan responden pada item-item pernyataan variabel kualitas layanan, yaitu:

Item pernyataan ke-1 menunjukkan bahwa jumlah responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 152 responden (61,8%), yang menjawab setuju sebanyak 94 responden (38,2%), dalam item pernyataan ke-1 tidak ada nasabah yang menjawab netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

Item pernyataan ke-2 menunjukkan bahwa jumlah responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 128 responden (52,0%), yang menjawab setuju sebanyak 116 responden (47,2%), yang menjawab netral sebanyak 2 responden (0,8%), dalam item pernyataan ke-2 tidak ada nasabah yang menjawab tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

Item pernyataan ke-3 menunjukkan bahwa jumlah responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 97 responden (39,4%), yang menjawab setuju sebanyak 134 responden (54,5%), yang menjawab netral sebanyak 15 responden (6,1%), dalam item pernyataan ke-3 tidak ada nasabah yang menjawab tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

Item pernyataan ke-4 menunjukkan bahwa jumlah responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 127 responden (7,3%), yang menjawab setuju sebanyak 101 responden (41,1%), yang menjawab netral sebanyak 18 responden (7,3%), dalam item pernyataan ke-4 tidak ada nasabah yang menjawab tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

Item pernyataan ke-5 menunjukkan bahwa jumlah responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 139 responden (56,5%), yang menjawab setuju sebanyak 103 responden (41,9%), yang menjawab netral sebanyak 4 responden (1,6%), dalam item pernyataan ke-5 tidak ada nasabah yang menjawab tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

Item pernyataan ke-6 menunjukkan bahwa jumlah responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 127 responden (51,6%), yang menjawab setuju sebanyak 100 responden (40,7%), yang menjawab netral sebanyak 19 responden

(7,7%), dalam item pernyataan ke-6 tidak ada nasabah yang menjawab tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

Item pernyataan ke-7 menunjukkan bahwa jumlah responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 95 responden (38,6%), yang menjawab setuju sebanyak 124 responden (50,4%), yang menjawab netral sebanyak 27 responden (11,0%), dalam item pernyataan ke- tidak ada nasabah yang menjawab tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

Item pernyataan ke-8 menunjukkan bahwa jumlah responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 115 responden (46,7%), yang menjawab setuju sebanyak 100 responden (40,7%), yang menjawab netral sebanyak 31 responden (12,6%), dalam item pernyataan ke-8 tidak ada nasabah yang menjawab tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

Item pernyataan ke-9 menunjukkan bahwa jumlah responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 117 responden (47,6%), yang menjawab setuju sebanyak 102 responden (41,5%), yang menjawab netral sebanyak 27 responden (11,0%), dalam item pernyataan ke-9 tidak ada nasabah yang menjawab tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

Item pernyataan ke-10 menunjukkan bahwa jumlah responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 110 responden (44,7%), yang menjawab setuju sebanyak 121 responden (49,2%), yang menjawab netral sebanyak 15 responden (6,1%), dalam item pernyataan ke-10 tidak ada nasabah yang menjawab tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

Item pernyataan ke-11 menunjukkan bahwa jumlah responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 127 responden (51,6%), yang menjawab setuju sebanyak 109 responden (44,3%), yang menjawab netral sebanyak 10 responden (4,1%), dalam item pernyataan ke-11 tidak ada nasabah yang menjawab tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

Item pernyataan ke-12 menunjukkan bahwa jumlah responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 120 responden (48,8%), yang menjawab setuju sebanyak 124 responden (50,4%), yang menjawab netral sebanyak 2 responden (0,8%), dalam item pernyataan ke-12 tidak ada nasabah yang menjawab tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

b. Distribusi Frekuensi Variabel Citra Perusahaan (X_2)

Tabel 4.6

Distribusi Frekuensi Variabel Citra Perusahaan (X_2)

No	Sangat Setuju: 5		Setuju: 4		Netral: 3		Tidak Setuju : 2		Sangat Tidak Setuju: 1		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
13	111	45,1	121	49,2	14	5,7					246
14	106	43,1	133	54,1	7	2,8					246
15	108	43,9	121	49,2	17	6,9					246
16	122	49,6	114	46,3	10	4,1					246
Jumlah	447		489		48						

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel 4.6 diatas, dapat diketahui bahwa tanggapan responden pada item-item pernyataan variabel citra perusahaan, yaitu:

Item pernyataan ke-13 menunjukkan bahwa jumlah responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 111 responden (45,1%), yang menjawab setuju sebanyak 121 responden (49,2%), yang menjawab netral sebanyak 14 responden (5,7%), dalam item pernyataan ke-13 tidak ada nasabah yang menjawab tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

Item pernyataan ke-14 menunjukkan bahwa jumlah responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 106 responden (43,1%), yang menjawab setuju sebanyak 133 responden (54,1%), yang menjawab netral sebanyak 7 responden (2,8%), dalam item pernyataan ke-14 tidak ada nasabah yang menjawab tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

Item pernyataan ke-15 menunjukkan bahwa jumlah responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 108 responden (43,9%), yang menjawab setuju sebanyak 121 responden (49,2%), yang menjawab netral sebanyak 17 responden (6,9%), dalam item pernyataan ke-15 tidak ada nasabah yang menjawab tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

Item pernyataan ke-16 menunjukkan bahwa jumlah responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 122 responden (49,6%), yang menjawab setuju sebanyak 114 responden (46,3%), yang menjawab netral sebanyak 10 responden (4,1%), dalam item pernyataan ke-14 tidak ada nasabah yang menjawab tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

c. Distribusi Frekuensi Variabel Loyalitas Nasabah (Y)

Tabel 4.7

Distribusi Frekuensi Variabel Loyalitas Nasabah (Y)

No	Sangat Setuju: 5		Setuju: 4		Netral: 3		Tidak Setuju : 2		Sangat Tidak Setuju: 1		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
17	89	36,2	143	58,1	14	5,7					246
18	82	33,3	130	52,8	34	13,8					246
19	97	39,4	135	54,9	14	5,7					246
20	90	36,6	141	57,3	15	6,1					246
Jumlah	358		549		77						

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel 4.7 diatas, dapat diketahui bahwa tanggapan responden pada item-item pernyataan variabel loyalitas nasabah, yaitu:

Item pernyataan ke-17 menunjukkan bahwa jumlah responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 89 responden (36,2%), yang menjawab setuju sebanyak 143 responden (58,1%), yang menjawab netral sebanyak 14 responden (5,7%), dalam item pernyataan ke-17 tidak ada nasabah yang menjawab tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

Item pernyataan ke-18 menunjukkan bahwa jumlah responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 82 responden (33,3%), yang menjawab setuju sebanyak 130 responden (52,8%), yang menjawab netral sebanyak 34 responden (13,8%), dalam item pernyataan ke-18 tidak ada nasabah yang menjawab tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

Item pernyataan ke-19 menunjukkan bahwa jumlah responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 97 responden (39,4%), yang menjawab setuju sebanyak 135 responden (54,9%), yang menjawab netral sebanyak 14 responden (5,7%), dalam item pernyataan ke-19 tidak ada nasabah yang menjawab tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

Item pernyataan ke-20 menunjukkan bahwa jumlah responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 90 responden (36,6%), yang menjawab setuju sebanyak 141 responden (57,3%), yang menjawab netral sebanyak 15 responden (6,1%), dalam item pernyataan ke-20 tidak ada nasabah yang menjawab tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

d. Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Nasabah (Z)

Tabel 4.8

Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan Nasabah (Z)

No	Sangat Setuju: 5		Setuju: 4		Netral: 3		Tidak Setuju : 2		Sangat Tidak Setuju: 1		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
21	77	31,3	141	57,3	28	11,4					246
22	110	44,7	114	46,3	22	8,9					246
23	84	34,1	128	52,0	34	13,8					246
24	85	34,6	143	58,1	18	7,3					246
25	110	44,7	113	45,9	23	9,3					246
Jumlah	466		639		125						

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel 4.8 diatas, dapat diketahui bahwa tanggapan responden pada item-item pernyataan variabel kepuasan nasabah, yaitu:

Item pernyataan ke-21 menunjukkan bahwa jumlah responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 77 responden (31,3%), yang menjawab setuju sebanyak 141 responden (57,3%), yang menjawab netral sebanyak 28 responden (11,4%), dalam item pernyataan ke-21 tidak ada nasabah yang menjawab tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

Item pernyataan ke-22 menunjukkan bahwa jumlah responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 110 responden (44,7%), yang menjawab setuju sebanyak 114 responden (46,3%), yang menjawab netral sebanyak 22 responden (8,9%), dalam item pernyataan ke-22 tidak ada nasabah yang menjawab tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

Item pernyataan ke-23 menunjukkan bahwa jumlah responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 84 responden (34,1%), yang menjawab setuju sebanyak 128 responden (52,0%), yang menjawab netral sebanyak 34 responden (13,8%), dalam item pernyataan ke-23 tidak ada nasabah yang menjawab tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

Item pernyataan ke-24 menunjukkan bahwa jumlah responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 85 responden (34,6%), yang menjawab setuju sebanyak 143 responden (58,1%), yang menjawab netral sebanyak 18 responden (7,3%), dalam item pernyataan ke-24 tidak ada nasabah yang menjawab tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

Item pernyataan ke-25 menunjukkan bahwa jumlah responden yang menjawab sangat setuju sebanyak 110 responden (44,7%), yang menjawab setuju sebanyak 113 responden (45,9%), yang menjawab netral sebanyak 23 responden (9,3%), dalam item pernyataan ke-25 tidak ada nasabah yang menjawab tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

B. Hasil Analisis Data

1. Uji Kualitas Data

Data penelitian yang sudah terkumpul yang berasal dari kuesioner yang telah diisi oleh responden harus dilakukan uji kualitas data agar data yang diperoleh benar-benar andal, sehingga hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan. Pengujian data yang digunakan pada penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

a. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk menguji valid atau tidak pada sebuah pernyataan yang terdapat di kuesioner. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} . Sedangkan nilai dari r_{hitung} dapat dilihat dalam *Pearson Correlation* pada output program SPSS. Apabila nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} ($r_{hitung} > r_{tabel}$), dapat disimpulkan bahwa item pernyataan dikatakan valid.

Pada penelitian ini jumlah sampel yang digunakan sebesar 246 responden dengan taraf signifikansi 5% ($\alpha = 5\%$), sehingga didapatkan nilai r_{tabel} sebesar

0,126. Berdasarkan hasil pengujian data penelitian dengan menggunakan program SPSS 24, maka hasil uji validitas pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	Koefisien Korelasi	r_{tabel}	Keterangan
Kualitas Layanan (X₁)	X1.1	0,419	0,126	<i>Valid</i>
	X1.2	0,546	0,126	<i>Valid</i>
	X1.3	0,483	0,126	<i>Valid</i>
	X1.4	0,355	0,126	<i>Valid</i>
	X1.5	0,524	0,126	<i>Valid</i>
	X1.6	0,646	0,126	<i>Valid</i>
	X1.7	0,551	0,126	<i>Valid</i>
	X1.8	0,681	0,126	<i>Valid</i>
	X1.9	0,622	0,126	<i>Valid</i>
	X1.10	0,475	0,126	<i>Valid</i>
	X1.11	0,446	0,126	<i>Valid</i>
	X1.12	0,398	0,126	<i>Valid</i>
Citra Perusahaan (X₂)	X2.1	0,673	0,126	<i>Valid</i>
	X2.2	0,699	0,126	<i>Valid</i>
	X2.3	0,676	0,126	<i>Valid</i>
	X2.4	0,678	0,126	<i>Valid</i>
Loyalitas Nasabah (Y)	Y1	0,700	0,126	<i>Valid</i>
	Y2	0,768	0,126	<i>Valid</i>
	Y3	0,740	0,126	<i>Valid</i>
	Y4	0,671	0,126	<i>Valid</i>

Kepuasan Nasabah (Z)	Z1	0,550	0,126	<i>Valid</i>
	Z2	0,558	0,126	<i>Valid</i>
	Z3	0,680	0,126	<i>Valid</i>
	Z4	0,660	0,126	<i>Valid</i>
	Z5	0,694	0,126	<i>Valid</i>

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel 4.9 hasil uji validitas di atas, bahwa nilai *pearson correlation* pada masing-masing item pernyataan tiap variabel memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa masing-masing item pernyataan pada tiap variabel adalah valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui suatu kestabilan dan konsistensi responden pada kuesioner yang diberikan, dengan kata lain responden memberikan tanggapan dengan hasil yang sama meskipun dilakukan pada waktu dan tempat yang berbeda. Suatu instrumen dikatakan reliabel jika nilai *Alpha Cronbach* $> 0,60$. Hasil uji reliabilitas pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.10
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Layanan (X ₁)	0,749	<i>Reliabel</i>
Citra Perusahaan (X ₂)	0,614	<i>Reliabel</i>
Loyalitas Nasabah (Y)	0,691	<i>Reliabel</i>
Kepuasan Nasabah (Z)	0,617	<i>Reliabel</i>

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel 4.10 hasil uji reliabilitas di atas, bahwa masing masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan, citra perusahaan, loyalitas nasabah, dan kepuasan nasabah dikatakan reliabel.

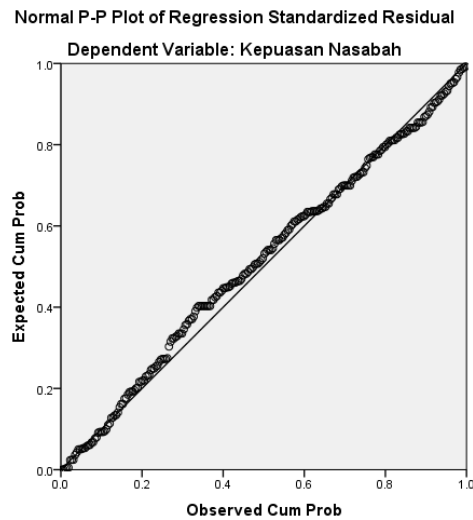
2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal. Untuk mendeteksi nilai residual berdistribusi normal atau tidak, maka dapat diketahui dengan melakukan beberapa uji normalitas yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik *Normal P-Plot of regression standardized residual* dengan ketentuan jika titik-titik menyebar disekitar garis dan mengikuti garis diagonal, maka nilai residual tersebut berdistribusi normal. Selain itu juga dapat menggunakan uji *Kolmogorof-Smirnov* (K-S), dengan kriteria analisis yaitu jika nilai signifikansi > 0,05, maka nilai residual berdistribusi normal.

Hasil dari gambar grafik Normal P-Plot dan hasil uji *Kolmogorof-Smirnov* pada persamaan 1 dan persamaan 2 dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar dan tabel dibawah ini:

Gambar 4.2
Grafik Normal P-Plot Persamaan 1



Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan gambar 4.2 Grafik Normal P-Plot diatas, terlihat bahawa titik-titik menyebar disekitar garis dan mengikuti garis diagonal. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

Tabel 4.11
Hasil Uji Normalitas dengan Uji *Kolmogorov-Smirnov* Persamaan 1

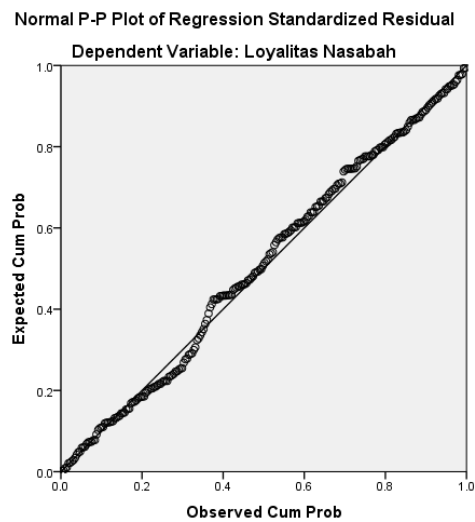
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		Unstandardized Residual	
N		246	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	1.59831633	
Most Extreme Differences	Absolute	.065	
	Positive	.037	
	Negative	-.065	
Test Statistic		.065	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.013 ^c	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.234 ^d	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.223
		Upper Bound	.245

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel 4.11 diatas, menunjukkan bahwa hasil uji normalitas dengan uji *Kolmogorov-Smirnov*, diperoleh hasil Signifikansi sebesar 0,234 > 0,05 yang berarti bahwa nilai residual dalam penelitian ini berdistribusi normal. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi persamaan 1 dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Gambar 4.3
Grafik Normal P-Plot Persamaan 2



Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan gambar 4.3 Grafik Normal P-Plot diatas, terlihat bahawa titik-titik menyebar disekitar garis dan mengikuti garis diagonal. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

Tabel 4.12
Hasil Uji Normalitas dengan Uji *Kolmogorov-Smirnov* Persamaan 2

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		246
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.23495090
Most Extreme Differences	Absolute	.050
	Positive	.047
	Negative	-.050
Test Statistic		.050
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel 4.12 diatas, menunjukkan bahwa hasil uji normalitas dengan uji *Kolmogorov-Smirnov*, diperoleh hasil Signifikansi sebesar $0,200 > 0,05$ yang berarti bahwa nilai residual dalam penelitian ini berdistribusi normal. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi persamaan 2 dalam penelitian ini berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah model regresi terdapat korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Untuk mendeteksi multikolinearitas pada sebuah model regresi dapat dilakukan dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*, dengan ketentuan

jika nilai *Tolerance* > 0,10, maka tidak terjadi multikolinearitas dan jika *VIF* < 10, maka tidak terjadi multikolinearitas.

Hasil dari uji multikolinearitas pada persamaan 1 dan 2 dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel *coefficients* dibawah ini:

Tabel 4.13
Hasil Uji Multikolinearitas Persamaan 1

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.713	1.662		1.632	.104		
	Kualitas Layanan	.288	.029	.533	9.893	.000	.916	1.092
	Citra Perusahaan	.189	.068	.151	2.798	.006	.916	1.092

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada tabel 4.13 diatas, diperoleh nilai *Tolerance* pada variabel kualitas layanan dan citra perusahaan masing-masing sebesar 0,916 > 0,10 dan nilai *Variance Inflation Factor* (*VIF*) pada variabel kualitas layanan dan citra perusahaan masing-masing sebesar 1,092 < 10, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi persamaan 1 dalam penelitian ini tidak terdapat gejala multikolinearitas.

Tabel 4.14
Hasil Uji Multikolinearitas Persamaan 2

Coefficients^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.571	1.294		1.987	.048		
	Kualitas Layanan	.030	.027	.063	1.109	.268	.653	1.532
	Citra Perusahaan	.063	.053	.058	1.188	.236	.887	1.127
	Kepuasan Nasabah	.556	.050	.640	11.186	.000	.646	1.547

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada tabel 4.14 diatas, diperoleh nilai *Tolerance* pada variabel kualitas layanan, citra perusahaan dan kepuasan nasabah masing-masing sebesar 0.653, 0.887 dan 0.646 > 0,10 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) pada variabel kualitas layanan, citra perusahaan dan kepuasan nasabah masing-masing sebesar 1.532, 1.127, 1.547 < 10, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi persamaan 2 dalam penelitian ini tidak terdapat gejala multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi atau terdapat ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang tidak terdapat gejala heteroskedastisitas. Masalah heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan uji *Glejser*, dengan dasar pengambilan keputusan yaitu jika

variabel bebas memiliki nilai Signifikansi $> 0,05$ maka model regresi tersebut dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Hasil dari uji heteroskedastisitas pada persamaan 1 dan 2 dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel *coefficients* dibawah ini:

Tabel 4.15
Hasil Uji Heteroskedastisitas Persamaan 1

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.319	1.055		1.250	.213
	Kualitas Layanan	.007	.019	.024	.359	.720
	Citra Perusahaan	-.025	.043	-.039	-.583	.560

a. Dependent Variable: Abs_Res1

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji *glejser* pada tabel 4.15 diatas, diperoleh nilai signifikansi pada variabel kualitas layanan dan citra perusahaan masing-masing sebesar 0,720 dan 0,560 $> 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi persamaan 1 dalam penelitian ini tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

Tabel 4.16
Hasil Uji Heteroskedastisitas Persamaan 2

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.152	.746		1.544	.124
	Kualitas Layanan	.008	.015	.043	.540	.590
	Citra Perusahaan	.000	.031	-.001	-.008	.993
	Kepuasan Nasabah	-.027	.029	-.076	-.953	.342

a. Dependent Variable: Abs_Res2

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji *glejser* pada tabel 4.16 diatas, diperoleh nilai signifikansi pada variabel kualitas layanan, citra perusahaan dan kepuasan nasabah masing-masing sebesar 0,590, 0,993, dan 0,342 > 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi persamaan 2 dalam penelitian ini tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode sebelumnya. Metode pengujian ini menggunakan uji Durbin-Watson (DW-Test) dengan membandingkan DW_{hitung} dengan DW_{tabel} , dengan taraf signifikansi 5%.

Adapun pengambilan keputusan ada atau tidaknya autokorelasi, yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.17
Pengambilan Keputusan Uji Durbin-Watson

Hipotesis Nol (H_0)	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak H_0	$0 < d_{hitung} < dl$
Tidak ada autokorelasi positif	Tidak ada keputusan	$dl < d_{hitung} < du$
Tidak ada autokorelasi positif dan negative	Terima H_0	$du < d_{hitung} < 4 - du$
Tidak ada autokorelasi negative	Tolak H_0	$4 - dl < d_{hitung} < 4$
Tidak ada autokorelasi negative	Tidak ada keputusan	$4 - du < d_{hitung} < 4 - dl$

Sumber: Imam Ghozali (2020)

Hasil dari uji autokorelasi pada persamaan 1 dan 2 dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel *model summary* dibawah ini:

Tabel 4.18
Hasil Uji Autokorelasi Persamaan 1

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.595 ^a	.354	.348	1.60488	2.016
a. Predictors: (Constant), Citra Perusahaan, Kualitas Layanan					
b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah					

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel 4.18 diatas, diketahui bahwa nilai Durbin-Watson (DW) sebesar 2,016, selanjutnya untuk mengetahui ada atau tidaknya autokorelasi maka nilai DW_{hitung} dibandingkan dengan DW_{tabel} berikut ini:

Tabel 4.19
Hasil Durbin-Watson Persamaan 1

dl	du	4 – dl	4 – du	DW	Keputusan
1,780	1,797	2,22	2,203	2,016	Tidak Ada Autokorelasi

Sumber: Tabel Durbin Watson, data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel 4.19 hasil Durbin-Watson diatas, diperoleh hasil DW sebesar 2,016. Nilai dl dan du diperoleh dari DW tabel dengan signifikansi 5% dan n (jumlah data) sebanyak 246, namun peneliti menggunakan n= 240, karena pada DW tabel tidak terdapat n=246 sehingga peneliti menggunakan n yang mendekati 246 yaitu 240, dan jumlah variabel independen (k) sebanyak 2 variabel, sehingga didapat nilai dl sebesar 1,780 dan nilai du sebesar 1,797. Hal ini berarti bahwa nilai DW sebesar 2,016 berada diantara nilai $du = 1,797$ dan nilai $4 - du = 2,203$ ($du < DW < 4 - du = 1,797 < 2,016 < 2,203$), sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi persamaan 1 dalam penelitian ini tidak terdapat gejala autokorelasi.

Tabel 4.20
Hasil Uji Autokorelasi Persamaan 2

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.699 ^a	.488	.482	1.24258	1.926
a. Predictors: (Constant), Kepuasan Nasabah, Citra Perusahaan, Kualitas Layanan					
b. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah					

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel 4.20 diatas, diketahui bahwa nilai Durbin-Watson (DW) sebesar 1,926, selanjutnya untuk mengetahui ada atau tidaknya autokorelasi maka nilai DW_{hitung} dibandingkan dengan DW_{tabel} berikut ini:

Tabel 4.21
Hasil Durbin-Watson Persamaan 2

dl	du	4 – dl	4 – du	DW	Keputusan
1,772	1,805	2,228	2,195	1,926	Tidak Ada Autokorelasi

Sumber: Tabel Durbin Watson, data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel 4.21 hasil Durbin-Watson diatas, diperoleh hasil DW sebesar 1,926. Nilai dl dan du diperoleh dari DW tabel dengan signifikansi 5% dan n (jumlah data) sebanyak 246, namun peneliti menggunakan n= 240, karena pada DW tabel tidak terdapat n=246 sehingga peneliti menggunakan n yang mendekati 246 yaitu 240, dan jumlah variabel independen (k) sebanyak 3 variabel, sehingga didapat nilai dl sebesar 1,772 dan nilai du sebesar 1,805. Hal ini berarti bahwa nilai DW sebesar 1,926 berada diantara nilai $du = 1,805$ dan nilai $4 - du =$

2,195 ($du < DW < 4 - du = 1,805 < 1,926 < 2,195$), sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi persamaan 2 dalam penelitian ini tidak terdapat gejala autokorelasi.

3. Uji Hipotesis

a. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Metode analisis statistik pada penelitian ini adalah metode regresi linear berganda. Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh atau hubungan antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen. Analisis regresi linear berganda pada penelitian ini berfungsi untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran dengan kepuasan nasabah sebagai variabel *intervening*. Terdapat dua model regresi dalam penelitian ini, yaitu:

$$Z = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + \varepsilon_1 \dots\dots\dots \text{Model Regresi Persamaan 1}$$

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3Z + \varepsilon_2 \dots\dots\dots \text{Model Regresi Persamaan 2}$$

Keterangan:

X_1 : Kualitas Layanan

X_2 : Citra Perusahaan

Y : Loyalitas Nasabah

Z : Kepuasan Nasabah

Hasil dari uji analisis regresi linear berganda pada persamaan 1 dan 2 dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel *coefficients* sebagai berikut:

Tabel 4.22

Hasil Uji Regresi Linear Berganda Persamaan 1

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.713	1.662		1.632	.104
	Kualitas Layanan	.288	.029	.533	9.893	.000
	Citra Perusahaan	.189	.068	.151	2.798	.006

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan hasil tabel *coefficients* di atas, maka dapat diperoleh model regresi persamaan 1, yaitu:

$$Z = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + \varepsilon_1$$

$$Z = 2,713 + 0,288X_1 + 0,189X_2 + \varepsilon_1$$

Berdasarkan model regresi persamaan 1 tersebut, maka dapat dijelaskan bahwa:

- 1) Konstanta sebesar 2,713 menunjukkan bahwa apabila kualitas layanan dan citra perusahaan bernilai tetap atau konstan, maka kepuasan nasabah sebesar 2,713.
- 2) Koefisien regresi kualitas layanan sebesar 0,288 yang memiliki arah positif (searah) antara kualitas layanan dengan kepuasan nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran, yang berarti bahwa setiap peningkatan kualitas layanan

diprediksi akan meningkatkan kepuasan nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran sebesar 0,288.

- 3) Koefisien regresi citra perusahaan sebesar 0,189 yang memiliki arah positif (searah) antara citra perusahaan dengan kepuasan nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran, yang berarti bahwa setiap peningkatan citra perusahaan diprediksi akan meningkatkan kepuasan nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran sebesar 0,189.

Berdasarkan penjelasan pada model regresi persamaan 1 di atas, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara variabel kualitas layanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran.

Tabel 4.23
Hasil Uji Regresi Linear Berganda Persamaan 2

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.571	1.294		1.987	.048
	Kualitas Layanan	.030	.027	.063	1.109	.268
	Citra Perusahaan	.063	.053	.058	1.188	.236
	Kepuasan Nasabah	.556	.050	.640	11.186	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan hasil tabel *coefficients* di atas, maka dapat diperoleh model regresi persamaan 2, yaitu:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3Z + \varepsilon_2$$

$$Y = 2,571 + 0,030X_1 + 0,063X_2 + 0,556Z + \varepsilon_2$$

Berdasarkan model regresi persamaan 2 tersebut, maka dapat dijelaskan bahwa:

- 1) Konstanta sebesar 2,571 menunjukkan bahwa apabila kualitas layanan, citra perusahaan, dan kepuasan nasabah bernilai tetap atau konstan, maka loyalitas nasabah sebesar 2,571.
- 2) Koefisien regresi kualitas layanan sebesar 0,030 yang memiliki arah positif (searah) antara kualitas layanan dengan loyalitas nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran, yang berarti bahwa setiap peningkatan kualitas layanan diprediksi akan meningkatkan loyalitas nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran sebesar 0,030.
- 3) Koefisien regresi citra perusahaan sebesar 0,063 yang memiliki arah positif (searah) antara citra perusahaan dengan loyalitas nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran, yang berarti bahwa setiap peningkatan citra perusahaan diprediksi akan meningkatkan loyalitas nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran sebesar 0,063.
- 4) Koefisien regresi kepuasan nasabah sebesar 0,556 yang memiliki arah positif (searah) antara kepuasan nasabah dengan loyalitas nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran, yang berarti bahwa setiap peningkatan kepuasan

nasabah diprediksi akan meningkatkan loyalitas nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran sebesar 0,556.

Berdasarkan penjelasan pada model regresi persamaan 2 di atas, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara variabel kualitas layanan, citra perusahaan, dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran.

b. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi adalah sebuah ukuran yang menunjukkan besar sumbangan dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Koefisien determinasi menunjukkan ragam (variasi) naik turunnya Y yang dijelaskan oleh pengaruh linier X. Besarnya koefisien determinasi (R^2) pada persamaan 1 dan 2 dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel *model summary* sebagai berikut:

Tabel 4.24
Hasil Koefisien Determinasi Persamaan 1

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.595 ^a	.354	.348	1.605
a. Predictors: (Constant), Citra Perusahaan, Kualitas Layanan				

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel 4.24 diatas, dapat diketahui bahwa koefisien determinasi senilai 0,354. Hal ini berarti bahwa variabel independen (kualitas layanan dan citra perusahaan) mampu menjelaskan variabel dependen (kepuasan nasabah)

sebesar 35,4%, sedangkan sisanya sebesar 64,6% dijelaskan oleh variabel lain yang berada diluar model penelitian ini.

Tabel 4.25
Hasil Koefisien Determinasi Persamaan 2

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.699 ^a	.488	.482	1.243
a. Predictors: (Constant), Kepuasan Nasabah, Citra Perusahaan, Kualitas Layanan				

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel 4.25 diatas, dapat diketahui bahwa koefisien determinasi senilai 0,488. Hal ini berarti bahwa variabel independen (kualitas layanan, citra perusahaan dan kepuasan nasabah) mampu menjelaskan variabel dependen (loyalitas nasabah) sebesar 48,8%, sedangkan sisanya sebesar 51,2% dijelaskan oleh variabel lain yang berada diluar model penelitian ini.

Berdasarkan koefisien determinasi pada persamaan 1 dan persamaan 2 di atas, dapat disimpulkan bahwa kontribusi variabel independen yang mampu menjelaskan variabel dependen lebih tinggi kontribusinya pada persamaan 2 yaitu dengan kualitas layanan, citra perusahaan, dan kepuasan nasabah sebagai variabel independen dan loyalitas nasabah sebagai variabel dependen. Dengan demikian, semakin tinggi nilai koefisien determinasi maka akan semakin baik kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen.

c. Uji Signifikansi Parsial (Uji-t)

Uji signifikansi parsial digunakan untuk menguji apakah suatu variabel independen berpengaruh atau tidak terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui apakah terjadi hubungan antar variabel bebas dan variabel terikat, maka dapat digunakan uji-t. Hasil uji-t pada persamaan 1 dan 2 dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel *coefficients* dibawah ini:

Tabel 4.26
Hasil Uji-t Persamaan 1

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.713	1.662		1.632	.104
	Kualitas Layanan	.288	.029	.533	9.893	.000
	Citra Perusahaan	.189	.068	.151	2.798	.006

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumner: Output SPSS Versi 24, data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel 4.26 diatas, maka dapat dijelaskan penyelesaian pada persamaan 1 (Pengaruh X_1 dan X_2 terhadap Z), berikut ini:

H_{01} : Kualitas layanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran.

H_{a1} : Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran.

H_{02} : Citra perusahaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran.

H_{a2} : Citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran.

Keputusan = Terima H_a , jika $t_{hitung} > t_{tabel}$.

$$\begin{aligned} t_{hitung} X_1 &= 9,893 \\ t_{hitung} X_2 &= 2,798 \\ t_{tabel} &= \frac{\alpha}{2}, n - p \\ &= \frac{0,05}{2}, 246 - 2 \\ &= 0,025 ; 244 \\ &= 1,972 \end{aligned}$$

Berikut adalah penjelasan dari hasil uji-t pada variabel kualitas layanan (X_1) dan citra perusahaan (X_2), yaitu:

- 1) Berdasarkan hasil uji-t pada variabel kualitas layanan (X_1) memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 9,893 lebih besar dari t_{tabel} ($9,893 > 1,972$), dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ ($0,000 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa “Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran”, yang berarti bahwa H_{a1} diterima atau tolak H_{01} .
- 2) Berdasarkan hasil uji-t pada variabel citra perusahaan (X_2) memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,798 lebih besar dari t_{tabel} ($2,798 > 1,972$), dengan nilai signifikansi 0,006 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ ($0,006 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa “Citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap

kepuasan nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran”, yang berarti bahwa H_{a2} diterima atau tolak H_{02} .

Tabel 4.27
Hasil Uji-t Persamaan 2

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.571	1.294		1.987	.048
	Kualitas Layanan	.030	.027	.063	1.109	.268
	Citra Perusahaan	.063	.053	.058	1.188	.236
	Kepuasan Nasabah	.556	.050	.640	11.186	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel 4.27 diatas, maka dapat dijelaskan penyelesaian pada persamaan 1 (Pengaruh X_1 , X_2 dan Z terhadap Y), berikut ini:

H_{03} : Kualitas layanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran.

H_{a3} : Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran.

H_{04} : Citra perusahaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran.

H_{a4} : Citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran.

H_{05} : Kepuasan nasabah tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran.

H_{a5} : Kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran.

Keputusan = Terima H_a , jika $t_{hitung} > t_{tabel}$.

$$\begin{aligned} t_{hitung} X_1 &= 1,109 \\ t_{hitung} X_2 &= 1,188 \\ t_{hitung} Z &= 11,186 \\ t_{tabel} &= \frac{\alpha}{2}, n - p \\ &= \frac{0,05}{2}, 246 - 3 \\ &= 0,025 ; 243 \\ &= 1,972 \end{aligned}$$

Berikut adalah penjelasan dari hasil uji-t pada variabel kualitas layanan

(X_1), citra perusahaan (X_2) dan kepuasan nasabah (Z), yaitu:

- 1) Berdasarkan hasil uji-t pada variabel kualitas layanan (X_1) memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 1,109 lebih kecil dari t_{tabel} ($1,109 < 1,972$), dengan nilai signifikansi 0,268 lebih besar dari $\alpha = 0,05$ ($0,268 > 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa “Kualitas layanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran”, yang berarti bahwa H_{a3} ditolak atau terima H_{03} .
- 2) Berdasarkan hasil uji-t pada variabel citra perusahaan (X_2) memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 1,188 lebih kecil dari t_{tabel} ($1,188 < 1,972$), dengan nilai signifikansi 0,236 lebih besar dari $\alpha = 0,05$ ($0,236 > 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa “Citra

perusahaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran”, yang berarti bahwa H_{a4} ditolak atau terima H_{04} .

- 3) Berdasarkan hasil uji-t pada variabel kepuasan nasabah (Z) memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 11,186 lebih besar dari t_{tabel} ($11,186 > 1,972$), dengan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ ($0,000 < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa “Kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran”, yang berarti bahwa H_{a5} diterima atau tolak H_{05} .

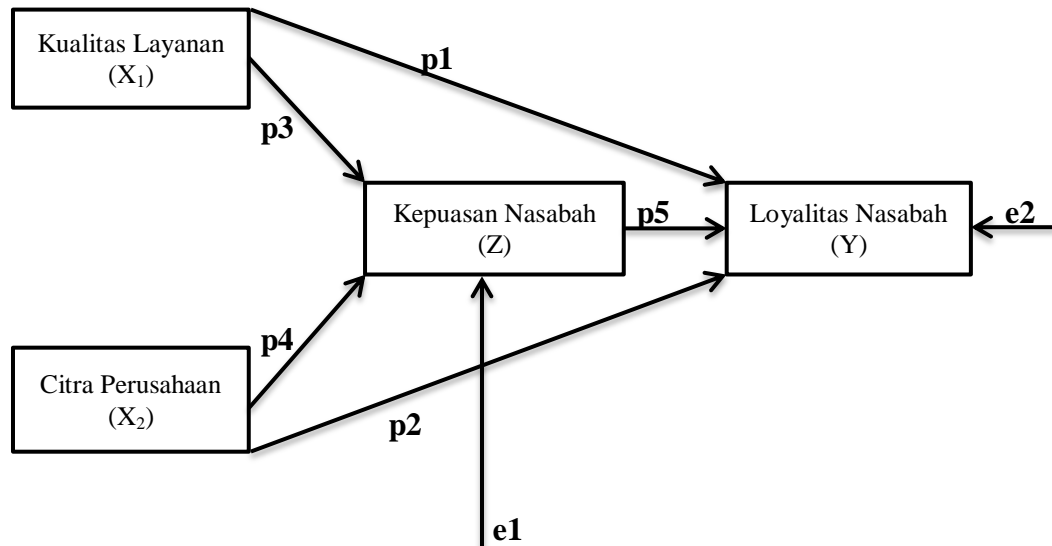
4. Uji *Path Analysis*

Analisis jalur atau *path analysis* digunakan untuk menguji besarnya sumbangan (kontribusi) yang ditunjukkan oleh koefisien jalur pada setiap jalur dari hubungan kausal antar variabel X_1 dan X_2 terhadap Y melalui Z.

Analisis jalur adalah suatu teknik untuk menganalisis hubungan sebab akibat yang terjadi pada regresi berganda jika variabel bebasnya mempengaruhi variabel terikat tidak hanya secara langsung tetapi juga secara tidak langsung.³ Model struktur analisis jalur dapat dijelaskan pada diagram analisis jalur dalam gambar di bawah ini:

³ Ce Gunawan, *Mahir Menguasai SPSS Panduan Praktis Mengolah Data Penelitian* (Yogyakarta: Deepublish, 2020), 173.

Gambar 4.4
Diagram Analisis Jalur



Sumber: Imam Ghozali (2020)

Setiap anak panah diatas menunjukkan hubungan antar variabel, yang mana pada setiap nilai p menggambarkan jalur dan koefisien jalur. Total pengaruh hubungan dari variabel independen terhadap variabel dependen (korelasi antara variabel independen dan variabel dependen) dapat disimpulkan sebagai berikut:⁴

- a. Pengaruh langsung variabel independen ke dependen = p_{XY}
- b. Pengaruh tidak langsung variabel independen ke dependen melalui variabel *intervening* = $p_{XZ} \times p_{ZY}$
- c. Total pengaruh = $p_{XY} + (p_{XZ} \times p_{ZY})$

Apabila satu variabel berpengaruh terhadap variabel lainnya tanpa adanya variabel ketiga yang memediasi (*intervening*), maka hal tersebut merupakan

⁴ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2020), 246.

hubungan langsung, sedangkan apabila variabel ketiga mampu memediasi hubungan variabel independen dan dependen, maka hal ini merupakan hubungan tidak langsung. Pada setiap variabel dependen terdapat anak panah yang menuju ke variabel *intervening* yang berfungsi untuk menjelaskan jumlah *variance* yang tidak dijelaskan. Jadi anak panah e1 ke kepuasan nasabah menunjukkan jumlah *variance* variabel kepuasan nasabah yang tidak dijelaskan oleh kualitas layanan dan citra perusahaan. Besarnya $e1 = \sqrt{(1 - R^2)}$. Pada anak panah e2 menuju loyalitas nasabah menunjukkan *variance* variabel loyalitas nasabah yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel kualitas layanan, citra perusahaan, dan kepuasan nasabah. Besarnya $e2 = \sqrt{(1 - R^2)}$. Koefisien jalur merupakan *standardized* koefisien regresi, yang dihitung dengan membuat persamaan struktural yakni persamaan regresi yang menunjukkan hubungan yang dihipotesiskan.⁵

Berikut ini adalah hasil analisis koefisien jalur pada persamaan 1 dan persamaan 2 dalam penelitian ini:

Tabel 4.28

Hasil R² Analisis Jalur Persamaan 1

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.595 ^a	.354	.348	1.605

a. Predictors: (Constant), Citra Perusahaan, Kualitas Layanan

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah tahun 2021

⁵ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2020), 247.

Berdasarkan tabel 4.28 diatas, menunjukkan bahwa nilai R Square (R^2) sebesar 0,354. Besarnya nilai $e1 = \sqrt{(1 - R^2)} = \sqrt{(1 - 0,354)} = \sqrt{(0,646)} = 0,804$.

Tabel 4.29

Hasil Uji Regresi *Coefficients* Analisis Jalur Persamaan 1

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.713	1.662		1.632	.104
	Kualitas Layanan	.288	.029	.533	9.893	.000
	Citra Perusahaan	.189	.068	.151	2.798	.006

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel 4.29 analisis jalur persamaan 1 diatas, diperoleh nilai *Standardized Beta* kualitas layanan (X_1) sebesar 0,533 (nilai jalur p3). Nilai *Standardized Beta* pada citra perusahaan (X_2) sebesar 0,151 (nilai jalur p4).

Tabel 4.30

Hasil R^2 Analisis Jalur Persamaan 2

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.699 ^a	.488	.482	1.243

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Nasabah, Citra Perusahaan, Kualitas Layanan

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel 4.30 diatas, menunjukkan bahwa nilai R Square (R^2) sebesar 0,488. Besarnya nilai $e2 = \sqrt{(1 - R^2)} = \sqrt{(1 - 0,488)} = \sqrt{(0,512)} = 0,716$.

Tabel 4.31

Hasil Uji Regresi *Coefficients* Analisis Jalur Persamaan 2

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.571	1.294		1.987	.048
	Kualitas Layanan	.030	.027	.063	1.109	.268
	Citra Perusahaan	.063	.053	.058	1.188	.236
	Kepuasan Nasabah	.556	.050	.640	11.186	.000

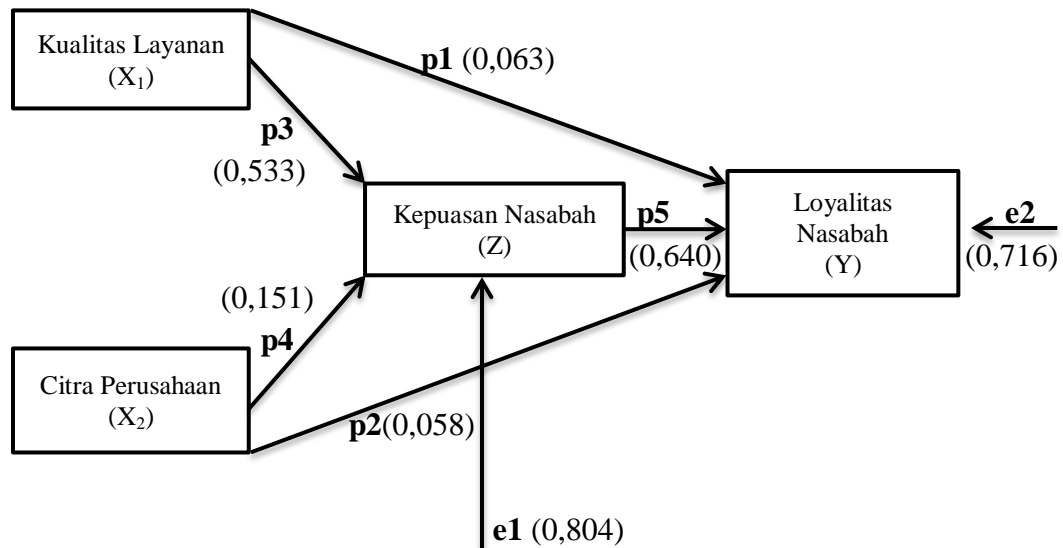
a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber: Output SPSS Versi 24, data primer diolah tahun 2021

Berdasarkan tabel 4.31 analisis jalur persamaan 2 diatas, diperoleh nilai *Standardized Beta* kualitas layanan (X_1) sebesar 0,063 (nilai jalur p1). Nilai *Standardized Beta* pada citra perusahaan (X_2) sebesar 0,058 (nilai jalur p2). Sedangkan Nilai *Standardized Beta* pada kepuasan nasabah (Z) sebesar 0,640 (nilai jalur p5).

Berdasarkan kedua hasil persamaan jalur diatas dapat dilihat pada gambar diagram koefisien analisis jalur berikut ini:

Gambar 4.5
Diagram Koefisien Analisis Jalur



Berdasarkan gambar diatas, maka dapat diketahui pengaruh langsung, pengaruh tidak langsung dan pengaruh total pada tiap variabel sebagai berikut:

- a. Pengaruh langsung kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah (p_1) sebesar 0,063, sedangkan pengaruh tidak langsung kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah yaitu ($p_3 \times p_5$) = $(0,533 \times 0,640) = 0,341$. Pengaruh total kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah yaitu $p_1 + (p_3 \times p_5) = 0,063 + 0,341 = 0,404$.
- b. Pengaruh langsung citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah (p_2) sebesar 0,058, sedangkan pengaruh tidak langsung citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah yaitu ($p_4 \times p_5$) = $(0,151 \times 0,640) = 0,097$. Pengaruh total citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah yaitu $p_2 + (p_4 \times p_5) = 0,058 + 0,097 = 0,155$.

Pengaruh mediasi yang ditunjukkan oleh perkalian koefisien dikatakan signifikan atau tidak dapat dibuktikan dengan melakukan uji *Sobel Test*. Uji signifikansi dalam penelitian ini memiliki peran mediasi variabel kepuasan nasabah dalam hubungan kualitas layanan dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah dengan menggunakan uji *Sobel Test*. Untuk dapat melihat signifikansi pengaruh tidak langsung, maka dapat dilihat dari nilai $Z > 1,96$. Untuk pengujian *Sobel Test* digunakan uji Z dengan rumus sebagai berikut:

$$Z = \frac{ab}{\sqrt{(b^2 S_a^2 + a^2 S_b^2)}}$$

Keterangan:

a = Koefisien regresi variabel X terhadap variabel Z

b = Koefisien regresi variabel Z terhadap variabel Y

S_a = Standar error dari pengaruh variabel X terhadap variabel Z

S_b = Standar error dari pengaruh variabel Z terhadap variabel Y

Hasil uji sobel pada masing-masing variabel independen (kualitas layanan dan citra perusahaan) adalah sebagai berikut:

a. Pengaruh Mediasi Kepuasan Nasabah pada Hubungan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah

$$Z = \frac{ab}{\sqrt{(b^2 S_a^2 + a^2 S_b^2)}}$$

$$Z = \frac{p3p5}{\sqrt{p5^2 Sp3^2 + p3^2 Sp5^2}}$$

$$Z = \frac{(0,533)(0,640)}{\sqrt{(0,640)^2(0,029)^2 + (0,533)^2 (0,050)^2}}$$

$$Z = \frac{0,34112}{\sqrt{(0,4096)(0,000841)+(0,284089) (0,0025)}}$$

$$Z = \frac{0,34112}{\sqrt{(0,0003444736)+(0,0007102225)}}$$

$$Z = \frac{0,34112}{\sqrt{0,0010546961}}$$

$$Z = \frac{0,34112}{0,032476}$$

$$Z = 10,504$$

Berdasarkan perhitungan Z_{hitung} diatas, diperoleh nilai Z_{hitung} sebesar 10,504 lebih besar dari Z_{tabel} yaitu sebesar 1,960 ($10,504 > 1,960$), yang berarti bahwa terdapat pengaruh mediasi kepuasan nasabah pada hubungan kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah.

b. Pengaruh Mediasi Kepuasan Nasabah pada Hubungan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah

$$Z = \frac{ab}{\sqrt{(b^2 S_a^2 + a^2 S_b^2)}}$$

$$Z = \frac{p_4 p_5}{\sqrt{p_5^2 S_{p_4^2} + p_4^2 S_{p_5^2}}}$$

$$Z = \frac{(0,151)(0,640)}{\sqrt{(0,640)^2(0,068)^2 + (0,151)^2 (0,050)^2}}$$

$$Z = \frac{0,09664}{\sqrt{(0,4096)(0,004624)+(0,022801)(0,0025)}}$$

$$Z = \frac{0,09664}{\sqrt{(0,0018939904)+(0,0000570025)}}$$

$$Z = \frac{0,09664}{\sqrt{0,0019509929}}$$

$$Z = \frac{0,09664}{0,04417}$$

$$Z = 2,188$$

Berdasarkan perhitungan Z_{hitung} diatas, diperoleh nilai Z_{hitung} sebesar 2,188 lebih besar dari Z_{tabel} yaitu sebesar 1,960 ($2,188 > 1,960$), yang berarti bahwa terdapat pengaruh mediasi kepuasan nasabah pada hubungan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah.

C. Pembahasan

Penelitian ini mengenai “Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel *Intervening*”, dapat dibuat pembahasan sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran

Berdasarkan hasil analisis data, hipotesis (H_1) membuktikan bahwa terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran yang berarti bahwa H_{a1} diterima atau tolak

H_{01} . Hal ini ditunjukkan oleh nilai t_{hitung} sebesar $9,893 > t_{tabel}$ sebesar $1,972$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga terbukti bahwa kualitas layanan (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Z) BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran yang diberikan kepada nasabahnya, maka akan meningkatkan kepuasan nasabah.

Berdasarkan hal tersebut, maka dapat diartikan bahwa nasabah merasa puas pada kualitas layanan yang diberikan oleh BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran, seperti pelayanan yang cepat dan tanggap dalam mengatasi keluhan nasabah, karyawan yang menggunakan bahasa yang jelas, mudah dipahami, dan tidak menyinggung nasabah, ruang pelayanan yang bersih dan rapi, serta karyawan yang berpakaian sopan dan rapi. Selain itu, karyawan BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran memberikan pelayanan yang ramah dan sopan kepada para nasabahnya, hal ini diwujudkan atas dasar 5S, yaitu Senyum, Sapa, Salam, Sopan dan Santun.

Kepuasan nasabah dapat terbentuk dengan memberikan pelayanan yang setara dengan apa yang menjadi harapan nasabahnya, seperti halnya memberikan kemudahan kepada nasabah dalam melakukan berbagai transaksi, baik penghimpunan dana maupun penyaluran dana, seperti misalnya sistem jemput bola yang memberikan kemudahan kepada nasabah yang ingin menabung, meminjam dana atau bahkan membayar setoran dengan cara menjemput dana nasabah yang ingin menabung dan mengantarkan dana nasabah yang dibutuhkan ke rumah nasabah masing-masing, sehingga nasabah tidak perlu pergi ke kantor

melainkan nasabah bisa menunggu di rumah dengan duduk santai atau bahkan melanjutkan pekerjaannya, karena sebagian besar nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran adalah seorang pedagang.

BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran dalam memberikan pelayanan tidak hanya sekedar memiliki hubungan seperti halnya karyawan dengan nasabahnya, akan tetapi lebih dari itu, yang berarti bahwa nasabah adalah sebuah keluarga seperti halnya saudara. Oleh karena itu, dengan pelayanan dan perlakuan yang diberikan karyawan kepada nasabahnya, nasabah akan merasa memperoleh layanan yang lebih dan merasa memperoleh perhatian yang tulus dari para karyawan BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran.

Menurut Kurz dan Clow yang dikutip dari “Muhammad Fajar Laksana” yang menyatakan bahwa “apabila pelayanan yang diberikan kepada nasabah sesuai dengan yang diharapkan, maka akan memberikan kepuasan nasabah. Dengan demikian, jika kualitas pelayanan terus ditingkatkan dan mencapai apa yang diharapkan oleh nasabah sehingga nasabah akan merasa puas”.⁶

Oleh karena itu, pada penelitian ini membuktikan bahwa apabila kualitas layanan yang diberikan BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran baik, maka kepuasan nasabah juga akan meningkat secara signifikan. Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Hanif Julhamsyah (2020) dimana hasil penelitiannya menyatakan bahwa kualitas

⁶ Kurz dan Clow dikutip dari Muhammad Fajar Laksana, *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran* (Jawa Barat: Khalifah Mediatama, 2019), 92.

layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.⁷ Hal ini juga sependapat dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Basuki Sri Rahayu dan Endang Saryanti (2014) yang juga menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.⁸

2. Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran

Berdasarkan hasil analisis data, hipotesis (H_2) membuktikan bahwa terdapat pengaruh citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran yang berarti bahwa H_{a2} diterima atau tolak H_{02} . Hal ini ditunjukkan oleh nilai t_{hitung} sebesar $2,798 > t_{tabel}$ sebesar $1,972$ dengan nilai signifikansi $0,006 < 0,05$ sehingga terbukti bahwa citra perusahaan (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Z) BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran. Hal tersebut membuktikan bahwa semakin baik citra perusahaan BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran yang terbentuk dibenak nasabah, maka akan meningkatkan kepuasan nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran.

Selain kualitas layanan, BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran juga mampu memberikan kesan positif dibenak para nasabah, yang kemudian hal tersebut mampu menciptakan citra positif ataupun negatif sesuai dengan perasaan dan pengalaman nasabah pada sebuah bank. Dengan banyaknya

⁷ Hanif Julhamsyah, "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Kredit Pada Bank Jatim Cabang Utama Surabaya", *Soetomo Business Review*, Vol. 1, No. 1 (2020): 7-8.

⁸ Basuki Sri Rahayu dan Endang Saryanti, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Hubungan Pelanggan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Nasabah Pada PD. BPR BKK Boyolali" *ADVANCE*, Vol. 1, No. 2, (Februari 2014): 20.

nasabah yang menaruh kepercayaan pada BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran, maka keberadaan BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran itu sendiri telah banyak diketahui oleh masyarakat, sehingga BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran sudah cukup berhasil dalam meraih citra positif di mata para nasabahnya. Kepuasan nasabah dapat terbentuk dengan menciptakan citra perusahaan yang positif.

Berdasarkan hal tersebut, dapat diartikan bahwa nasabah percaya bahwa BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran adalah bank yang memiliki pribadi yang baik dan mengelola dana nasabahnya sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Hal ini dapat dibuktikan dengan jawaban responden pada item-item pernyataan variabel citra perusahaan yang rata-rata menjawab sangat setuju dan setuju. Oleh karena itu, semakin baik citra perusahaan yang diterapkan oleh BPRS SPM Kantor Kas Bandaran, maka akan semakin meningkatkan kepuasan nasabah.

Menurut Minkiewicz yang dikutip dari Rora Rosmaya Sari, dkk (2021), menyatakan bahwa “citra perusahaan merupakan persepsi, perasaan, dan sikap nasabah terhadap suatu perusahaan. Dengan demikian, maka dapat dijelaskan keterkaitan antara citra perusahaan dengan kepuasan nasabah, dimana apabila semakin baik persepsi nasabah terhadap suatu bank maka kondisi ini akan dapat memunculkan rasa puas bagi nasabah dalam melakukan transaksi keuangan dengan bank tersebut”.⁹

⁹ Minkiewicz dikutip dari Rora Rosmaya Sari, dkk., “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Citra Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Era Covid 19 (Studi Kasus Di Pt. Bank Mandiri Kantor Cabang Palembang)”, *Integritas Jurnal Manajemen Profesional*, Vol. 2, No. 2 (Juli 2021): 206.

Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Gusti Alit Saputra (2020) yang menyatakan bahwa citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.¹⁰ Hal ini juga sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh Yulianita Rahayu dan Sri Suharti (2018) dimana hasil penelitiannya menyatakan bahwa citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.¹¹

3. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran

Berdasarkan hasil analisis data, hipotesis (H_3) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran ditolak. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t_{hitung} sebesar $1,109 < t_{tabel}$ sebesar $1,972$ dengan nilai signifikansi $0,268 > 0,05$. Hal ini menyatakan bahwa kualitas layanan (X_1) tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah (Y) BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran.

Dengan adanya kualitas layanan yang baik, maka kesetiaan atau loyalitas nasabah akan terbentuk. Hal ini dapat mendorong nasabah mempunyai keinginan untuk menggunakan jasa kembali dan mempunyai keinginan untuk merekomendasikan kepada orang lain.¹²

¹⁰ Gusti Alit Saputra, "Peran Kepuasan Memediasi Pengaruh Citra LPD Terhadap Loyalitas Nasabah LPD Desa Adat Abiantuwung di Tabanan", *Warmadewa Management and Business Journal*, Vol. 2, No. 2, (Agustus 2020), 99-100.

¹¹ Yulianita Rahayu dan Sri Suharti, "Kualitas Jasa, Citra Perusahaan Dan Kepuasan Nasabah Pt Bank BJB Kantor Cabang Utama Bandung", *Jurnal Ekubis*, Vol. 3, No. 1 (September 2018): 76.

¹² Eugenia Andrea Dennisa dan Suryono Budi Santoso, "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening", *Journal Of Management*, Vol. 5, No. 3 (2016): 4.

Dalam penelitian ini kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran. Hal ini menunjukkan bahwa tidak menutup kemungkinan bahwa nasabah yang melakukan transaksi baik untuk menabung, memperoleh pembiayaan dan transaksi lainnya di BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran tidak didasarkan oleh rasa loyal melainkan nasabah tersebut hanya merasa butuh pada BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran, karena nasabah yang butuh bukan berarti nasabah tersebut memiliki loyalitas pada BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran. Oleh karena itu, baik atau tidaknya kualitas layanan yang diberikan maka tidak akan mempengaruhi loyalitas nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran.

Hal tersebut juga dapat disebabkan oleh beberapa nasabah yang walaupun terdapat kualitas layanan yang baik, namun belum mampu memberikan rasa puas pada nasabah, maka tidak akan mampu membuat nasabah menjadi nasabah yang loyal pada BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kadek Novita Maharani Dewi, dkk (2019) yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.¹³ Namun, hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ria Octavia

¹³ Kadek Novita Maharani Dewi, dkk., “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. BPR Sari Jaya Sedana Di Klungkung”, *Warmadewa Economic Development Journal*, Vol. 2, No. 1, (2019): 27-28.

(2019) yang menyatakan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.¹⁴

4. Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran

Berdasarkan hasil analisis data, hipotesis (H_4) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran ditolak. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t_{hitung} sebesar $1,188 < t_{tabel}$ sebesar $1,972$ dengan nilai signifikansi $0,236 > 0,05$. Hal ini menyatakan bahwa citra perusahaan (X_2) tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah (Y) BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran.

Citra perusahaan dapat bernilai positif dan dapat pula bernilai negatif. Hal tersebut bergantung pada bagaimana cara perusahaan dapat menarik masyarakat dalam menilai sebuah citra perusahaannya. Menurunnya loyalitas nasabah dapat disebabkan oleh citra perusahaan yang kurang baik, sehingga nasabah tidak ingin menggunakan produk dan jasanya kembali. Sebaliknya, loyalitas nasabah akan semakin bertambah apabila perusahaan memiliki citra yang baik sehingga nasabah akan bersedia untuk menggunakan jasa atau produk perusahaan kembali.¹⁵

Dalam penelitian ini citra perusahaan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa tidak menutup kemungkinan jika beberapa nasabah masih merasa kurang percaya bahwa BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran merupakan bank syariah yang memiliki prinsip yang berbeda

¹⁴ Ria Octavia, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Index Lampung", *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 13, No. 1 (April 2019): 38.

¹⁵ Meithiana Indrasari, *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*, (Surabaya: Unitomo Press, 2019), 96.

dengan bank konvensional, walaupun citra perusahaan yang diterapkan oleh BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Kemungkinan juga terdapat beberapa nasabah yang juga menjadi nasabah di lembaga lain, karena disekitar BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran juga terdapat beberapa lembaga keuangan lain yang juga menerapkan prinsip syariah Islam. Oleh karena itu, baik atau tidaknya citra perusahaan maka tidak akan mempengaruhi loyalitas nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran.

Berdasarkan hal tersebut BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran harus lebih mampu memberikan dan menciptakan citra yang positif yang mana hal tersebut mampu menciptakan rasa puas pada nasabahnya, sehingga dapat menciptakan nasabah yang loyal pada BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Selvy Damayanti (2018) yang menyatakan bahwa citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.¹⁶ Namun, hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Puteri Herlanies Susanto dan Iwan Kurniawan Subagja (2019) yang menyatakan bahwa citra perusahaan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah¹⁷

¹⁶ Selvy Damayanti, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah", *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 7, No. 11, (November 2018), 13-14.

¹⁷ Puteri Herlanies Susanto dan Iwan Kurniawan Subagja, "Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Central Asia Tbk Kantor Cabang Pondok Gede Plaza", *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, Vol. 7, No. 1 (Januari-April 2019): 82.

5. Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran

Berdasarkan hasil analisis data, hipotesis (H_5) membuktikan bahwa terdapat pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran yang berarti bahwa H_{a5} diterima atau tolak H_{05} . Hal ini ditunjukkan oleh nilai t_{hitung} sebesar $11,186 > t_{tabel}$ sebesar $1,972$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga terbukti bahwa kepuasan nasabah (Z) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y) BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran.

Berdasarkan hal tersebut, dapat diartikan bahwa BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran telah berhasil memberikan kepuasan kepada para nasabahnya, yang telah sampai pada rasa loyalitas yang sebenarnya. Hal ini juga dapat dilihat pada peningkatan jumlah nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran setiap tahunnya.

Nasabah yang puas akan cenderung loyal pada BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran, hal tersebut dapat dilihat pada kesesuaian antara kinerja perusahaan dengan yang diharapkan nasabah, seperti keramahan karyawan dalam melayani nasabah dan berbagai kemudahan dalam bertransaksi di BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran. Oleh karena itu, nasabah yang merasa telah puas pada produk/jasa yang diberikan oleh BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran kemungkinan besar akan melakukan pembelian secara berulang di BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran.

Kepuasan nasabah merupakan respon yang ditunjukkan oleh nasabah terhadap kinerja yang diterima, kemudian nasabah akan membandingkan kinerja dengan harapan yang diinginkannya. Apabila kinerja yang diterima sesuai dengan yang diharapkan maka nasabah merasa puas, sebaliknya apabila kinerja yang diterima belum mampu memenuhi harapannya maka nasabah merasa tidak puas.¹⁸ Kepuasan nasabah sering kali dipandang sebagai dasar munculnya loyalitas nasabah. Seorang nasabah bank akan merasa puas setelah melakukan transaksi melalui bank dan akan menimbulkan keinginan untuk menggunakan produk/jasa tersebut dikemudian hari.¹⁹

Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Hanif Julhamsyah, (2020) dimana hasil penelitiannya menyatakan bahwa kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.²⁰

6. Pengaruh Mediasi Kepuasan Nasabah Pada Hubungan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran

Berdasarkan hasil analisis data, hipotesis (H_6) membuktikan bahwa terdapat pengaruh mediasi kepuasan nasabah pada hubungan kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran yang berarti bahwa H_{a6} diterima atau tolak H_{06} . Hal ini dibuktikan berdasarkan

¹⁸ Rosnaini Daga, *Citra, Kualitas Produk Dan Kepuasan Pelanggan* (Gowa: Global Research And Consulting Institute, 2017), 78.

¹⁹ Eugenia Andrea Dennisa dan Suryono Budi Santoso, "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening", *Journal Of Management*, Vol. 5, No. 3 (2016): 5.

²⁰ Hanif Julhamsyah, "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Kredit Pada Bank Jatim Cabang Utama Surabaya", *Soetomo Business Review*, Vol. 1, No. 1 (2020): 7-8.

hasil uji sobel yang diperoleh, yaitu nilai Z_{hitung} sebesar $10,504 > Z_{tabel}$ sebesar 1,960. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh mediasi kepuasan nasabah (Z) pada hubungan kualitas layanan (X_1) terhadap loyalitas nasabah (Y) BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran.

Berdasarkan hal tersebut, maka dapat diartikan bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran telah sesuai dengan harapan nasabahnya, sehingga nasabah akan menunjukkan rasa loyalitasnya pada bank tersebut yaitu dengan terus menggunakan produk dan layanan BPRS SPM Kantor Kas Bandaran untuk setiap transaksi perbankan, menggunakan beberapa produk dari BPRS SPM Kantor Kas Bandaran, dan tidak keberatan untuk merekomendasikan kepada orang lain, serta tidak tertarik untuk pindah ke bank lainnya, karena telah merasa nyaman atas pelayanan dan produk yang dimiliki BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran.

Kepuasan nasabah dapat terbentuk dengan memberikan pelayanan yang setara dengan apa yang menjadi harapan nasabahnya. BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran memberikan kemudahan kepada nasabah dalam berbagai transaksi, baik penghimpunan dana ataupun penyaluran dana, seperti misalnya sistem jemput bola yang memberikan kemudahan kepada nasabah yang ingin menabung, meminjam dana atau bahkan membayar setoran dengan cara menjemput dana nasabah yang ingin menabung dan mengantarkan dana nasabah yang dibutuhkan ke rumah nasabah masing-masing, sehingga nasabah tidak perlu pergi ke kantor melainkan nasabah hanya tinggal duduk santai di rumah.

Kemudahan transaksi yang diberikan oleh BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran mampu meningkatkan kepuasan nasabahnya sehingga akan terus melakukan transaksi secara terus-menerus di BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran. Selain itu, nasabah yang merasa puas juga akan memberikan promosi gratis dari mulut ke mulut kepada para kerabat, teman, tetangga dan lain sebagainya dengan menceritakan berbagai kemudahan, kenyamanan dan keamanan bertransaksi di BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran. Apabila kualitas layanan telah sesuai dengan harapannya, maka mampu meningkatkan kepuasan nasabah dan nantinya akan menciptakan nasabah yang loyal, dan nasabah yang loyal akan membantu perusahaan untuk mempromosikan produk atau jasanya dengan cara menyampaikan apa yang mereka rasakan saat bertransaksi dan bekerjasama dengan BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran.

Dampak psikologis yang positif akan muncul apabila nasabah telah merasa puas pada pelayanan yang diterimanya, sehingga akan menciptakan nasabah yang memiliki loyalitas yang tinggi pada sebuah bank. Jika nasabah telah merasa puas pada pelayanan yang diberikan bank, maka dapat dipastikan nasabah tersebut akan loyal pada sebuah bank tersebut dan tidak akan berpindah pada jasa layanan yang lain.²¹

Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Putri Apriyanti, dkk (2017) dimana hasil penelitiannya adalah kualitas

²¹ Yusuf Triwiyadi Pramono, dkk., “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Nasabah Bank Jateng Cabang Pembantu Kerjo)”, *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, Vol. 13 (September 2019): 144.

layanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah dikategorikan memediasi parsial.²² Hal ini juga sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Zakiy dan Evrita Putri Azzahroh (2017) yang menyatakan bahwa kepuasan nasabah memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah.²³

7. Pengaruh Mediasi Kepuasan Nasabah Pada Hubungan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran

Berdasarkan hasil analisis data, hipotesis (H_7) membuktikan bahwa terdapat pengaruh mediasi kepuasan nasabah pada hubungan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran yang berarti bahwa H_{a7} diterima atau tolak H_{07} . Hal ini dibuktikan berdasarkan hasil uji sobel yang diperoleh, yaitu nilai Z_{hitung} sebesar $2,188 > Z_{tabel}$ sebesar 1,960. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh mediasi kepuasan nasabah (Z) pada hubungan citra perusahaan (X_2) terhadap loyalitas nasabah (Y) BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran.

BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran mampu memberikan kesan positif dibenak para nasabah, yang kemudian kesan tersebut diubah bentuknya menjadi citra positif yang sesuai dengan perasaan dan pengalaman

²² Putri Apriyanti, dkk., "Analisis Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Empirik Nasabah Tabungan Tandamata Bank BJB Cabang Serang), *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Tirtayasa*, Vol. 1, No. 2, (Nopember 2017): 161-162.

²³ Muhammad Zakiy dan Evrita Putri Azzahroh, "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel *Intervening*", *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, Vol. 3, No. 1, (Januari-Juni 2017): 35.

nasabah pada BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran. Kepuasan nasabah dapat terbentuk dengan menciptakan citra perusahaan yang positif.

Berdasarkan hal tersebut, maka dapat diartikan bahwa citra perusahaan yang dimiliki oleh BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran mampu mempengaruhi loyalitas nasabah yang dimediasi oleh kepuasan nasabah. Oleh karena itu, dengan adanya citra perusahaan yang baik akan mampu membentuk kepuasan nasabah yang akan berpengaruh pada loyalitas nasabah, sehingga nasabah tidak keberatan untuk merekomendasikan kepada orang lain dan berperilaku positif misalnya dengan berkata hal-hal positif terkait BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran kepada orang lain, serta tidak tertarik untuk pindah ke bank lainnya. Dengan demikian, semakin baik citra perusahaan yang diterapkan atau diberikan oleh BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran dan mampu memuaskan para nasabahnya, maka semakin tinggi rasa loyal nasabah pada BPRS Sarana Prima Mandiri Kantor Kas Bandaran.

Hasil dari penelitian ini mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh Gusti Alit Saputra (2020) yang menyatakan bahwa kepuasan nasabah dapat memediasi hubungan antara citra perusahaan dengan loyalitas nasabah.²⁴ Hal ini juga sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri Apriyanti, dkk (2017) dimana hasil penelitiannya menyatakan bahwa citra perusahaan

²⁴ Gusti Alit Saputra, "Peran Kepuasan Memediasi Pengaruh Citra LPD Terhadap Loyalitas Nasabah LPD Desa Adat Abiantuwung di Tabanan", *Warmadewa Management and Business Journal*, Vol. 2, No. 2, (Agustus 2020), 100.

berpengaruh terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah dikategorikan memediasi parsial.²⁵

²⁵ Putri Apriyanti, dkk., “Analisis Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Empirik Nasabah Tabungan Tandamata Bank BJB Cabang Serang), *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Tirtayasa*, Vol. 1, No. 2, (Nopember 2017): 161-162.