

BAB IV

DESKRIPSI DATA, PENGUJIAN HIPOTESIS, DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

1. Gambaran Umum PT. BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan

a. Sejarah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan

Dengan dikeluarkannya Undang-Undang No. 22 tahun 1999 tentang Pemerintah Daerah dan Peraturan Pemerintah No. 25 tentang Kewenangan Pemerintah dan Kewenangan Propinsi sebagai daerah otonom, maka kewenangan otonom saat ini telah diserahkan kepada daerah. Kewenangan tersebut mencakup penanganan segala urusan rumah tangga daerah sebagai lembaga berikut perangkatnya. Serta untuk meningkatkan dan mendayagunakan potensi ekonomi daerah dalam rangka meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Pemerintah Kabupaten Sumenep sangat memerlukan peran lembaga keuangan yang diharapkan dapat memenuhi tujuan tersebut. Dimana pada gilirannya Lembaga Keuangan tersebut diharapkan dapat meningkatkan dan mendayagunakan perekonomian daerah guna mencapai kesejahteraan masyarakat daerah secara merata.

Bentuk lembaga keuangan yang sesuai dengan kondisi daerah Sumenep yang sangat ideal adalah Lembaga Keuangan Mikro, dalam hal ini adalah Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS).¹ Untuk memenuhi maksud

¹ Annual Report, “PT. BPR Syariah Bhakti Sumekar: Laporan Tahunan 2016”, Annual Report diakses dari annualreport.id/annualreport/pt.-bpr-Syariah-bhakti-sumekar-laporan-tahunan-2016 ” yang berbentuk Pdf dalam ANREPBPRBHAKTISUMEKAR. Pdf. hlm. 12.

dan tujuan tersebut diatas Pemerintah Kabupaten Sumenep melakukan akuisisi bank Perkreditan Rakyat yang berdomosili di Sidoarjo yaitu PT.BPR DANA MERAPI untuk kemudian direlokasi ke Kabupaten Sumenep.

Untuk melakukan akuisisi terhadap PT. BPR Dana Merapi Pemkab Sumenep membuat Memorandum of Understanding (MOU) dan Surat Perjanjian Kerja Sama Pendirian Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) di Kabupaten Sumenep Nomor 910/608b/435.304/200-1011/BMI/PKS/XII/2001 yang ditandatangani oleh Bupati Sumenep dan PT Bank Syari'ah Muamalat Indonesia, Tbk pada tanggal 27 Desember 2001. Dalam MOU tersebut pihak PT.Bank Muamalat sebagai pelaksana dalam proses pengambilalihan BPR serta bertanggung jawab terhadap pemberian konsultasi untuk perijinan, rekrutmen, pelatihan dan pembinaan.

Gambar 4.1 Logo Perusahaan



Logo BPRS Bhakti Sumekar menyerupai bunga mercah yang mencerminkan kegigihan, keleluasan, semangat, dan keramahan dalam semua aspek bisnis di lingkungan masyarakat yang diharapkan terus mercah dan berkembang. Sedangkan makna logo BPRS Bhakti Sumekar dari segi wana adalah:

- 1) Warna hijau, melambangkan kesuburan, kesejukan, dan kemakmura, selain itu warna hijau juga idenik dengan sesuatu yang bersifat islami
-

2) Warna kuning, melambangkan kesejahteraan, kejayaan dan kekayaan.

Pada dasarnya PT. BPRS Bhakti Sumekar merupakan konversi dari PT. Dana Merapi, PT. BPR Dana Merapi didirikan berdasarkan akta notaris Yanita Poerbo SH No 64 tanggal 30 Juli 1992 dan telah disahkan oleh Menteri Kehakiman Republik Indonesia dalam Surat Keputusan nomor C2-392.HT.01.01.TH 1993 tanggal 22 Januari 1993, serta telah didaftarkan di kantor Pengadilan Negeri Sidoarjo dengan nomor 41/30/PT-1993 tanggal 6 Pebruari 1993.²

Rencana akuisisi dari Pemerintah Kabupaten Sumenep telah memperoleh rekomendasai dan persetujuan dari Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kabupaten Sumenep tanggal 19 Nopember 2001 dengan nomor 910/953/435.040/2001 dan telah disetujui pula oleh Bank Indonesia pada tanggal 20 Pebruari 2002 dengan Surat Persetujuan Nomor 4/5/DPBPR/P3BPR/Sb.

Dalam perkembangannya PT. BPR Dana Merapi telah mengalami perubahan nama menjadi PT. BPR Bhakti Sumekar dengan Akte Nomor 24 tanggal 16 September 2002 oleh Notaris Karuniawan Surjanto, SH notaris di Sidoarjo dan Persetujuan dari Bank Indonesia no.04/8/KEP/PBI/sb/2002 tanggal 11 Nopember 2003. Dan mendapat pengesahan Departemen Kehakiman RI dan HAM RI, No. C-19351 NT.01.04 tahun 2002 tanggal 08 Oktober 2002 tentang Persetujuan Akta Perubahan Anggaran Dasar Perseroan Terbatas.

a) Jejak Langkah BPRS Bhakti Sumekar

² *Ibid*, hlm. 13.

Tabel 4.1 Jejak Langkah BPRS Bhakti Sumekar

NO.	TAHUN	JEJAK LANGKAH
1	1993	Didirikannya PT. BPR DANA MERAPI
2	2001-2002	Akuisisi PT. BPR DANA MERAPI oleh Pemkab Sumenep yang berdomisili di Kabupaten Sidoarjo
3	2003	PT. BPR BHAKTI SUMEKAR di konversi menjadi Bank Syariah dan berubah nama menjadi PT. BPRS BHAKTI SUMEKAR
4	2004	Dikeluarkannya ijin Operasional PT. BPRS BHAKTI SUMEKAR

b) Visi :

“Terwujudnya Masyarakat yang makin sejahtera dengan dilandasi nilai-nilai agama dan budaya”

c) Misi:

- 1) Intermediasi antar pelaku ekonomi yang berlebih dengan yang kurang dalam permodalan berdasarkan syariah
- 2) Membantu melaksanakan pemberdayaan pengusaha ekonomi kecil dan menengah
- 3) Mengupayakan Peningkatan Pendapatan Asli Daerah

d) Motto:

“Mitra Bermuamalah Dengan Syariah”

e) Penghargaan yang diperoleh BPRS Bhakti Sumekar

- 1) Pada tahun 2012 – 2013

- (a) Peringkat kedua *The Best Islamic Rural Bank* dalam *Islamic Finance Award* oleh *KARIM Bussines Consulting* pada tanggal 22 februari 2013.
 - (b) Penghargaan *infobank Sharia Finance Award* dengan predikat sangat bagus atas kinerja keuangan tahun 2011 pada tanggal 04 oktober 2012.
 - (c) Penghargaan *infobank Sharia Finance Award* dengan predikat sangat bagus atas kinerja keuangan tahun 2012 pada tanggal 06 Juli 2013.
- 2) Tahun 2014
- (a) Peringkat pertama *The Most Profitable Islamic Rural Bank Java Region* dalam *Islamic Finance Award* oleh *KARIM Bussines Consulting* pada tanggal 24 februari 2014.
 - (b) Peringkat pertama *The Most Profitable Islamic Rural Bank Assets IDR 100 BN* dalam *Islamic Finance Award* oleh *KARIM Bussines Consulting* pada tanggal 24 februari 2014.
 - (c) Peringkat pertama *BUMD leader* dalam *Madura Award* 2014.
 - (d) Peringkat kedua *The Best Islamic Rural Bank Assets IDR 100 BN* dalam *Islamic Finance Award* oleh *KARIM Bussines Consulting* pada tanggal 24 februari 2014.
 - (e) Peringkat kedua *The Best Islamic Rural Bank Java Region* dalam *Islamic Finance Award* oleh *KARIM Bussines Consulting* pada tanggal 24 februari 2014.

(f) Penghargaan *Infobank Sharia Finance Award* dengan predikat sangat bagus atas kinerja keuangan tahun 2013 pada tanggal 30 September 2014.

3) Tahun 2015

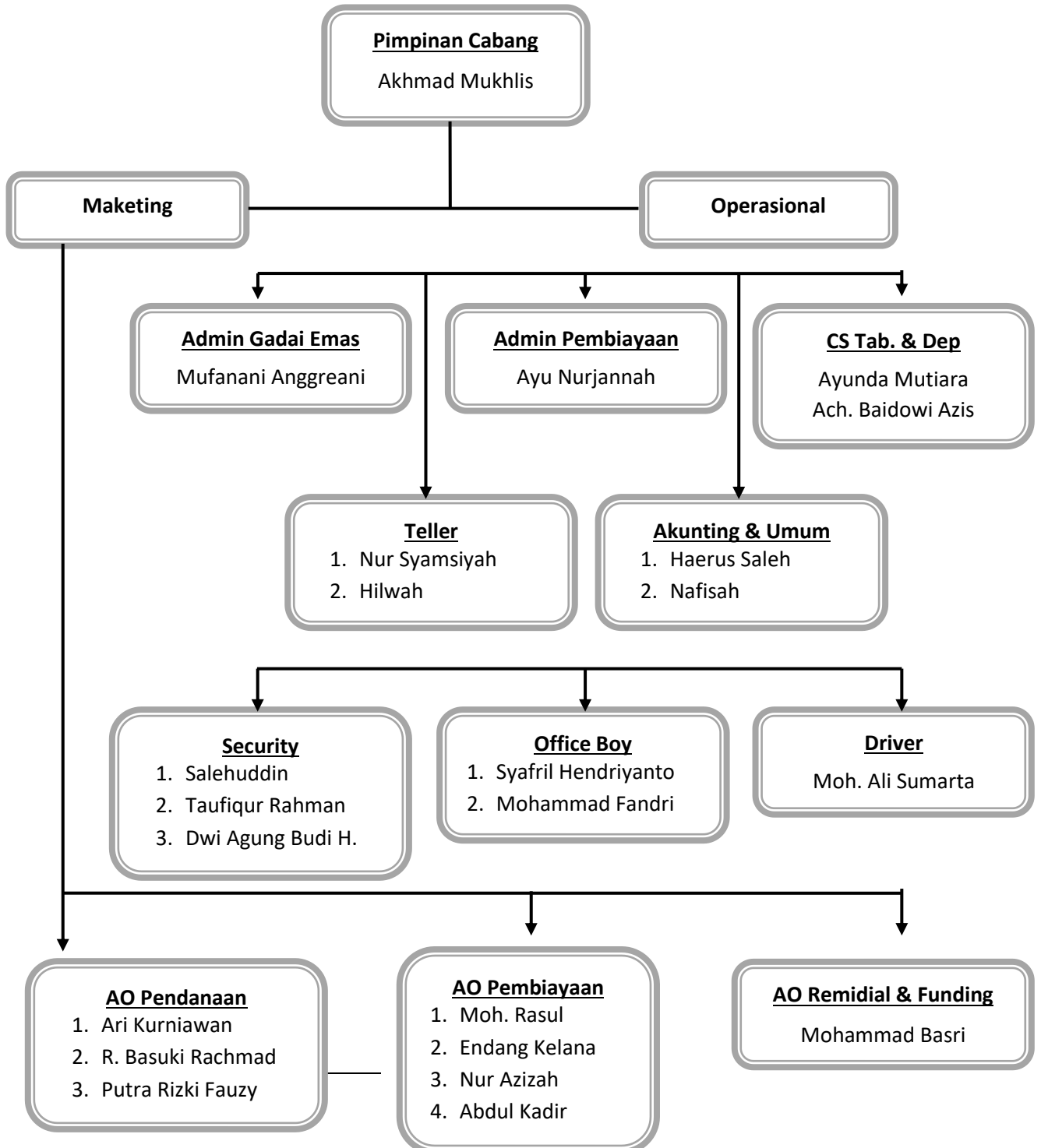
- 1) Peringkat pertama *BUMD leader* dalam Madura Award 2015.
- 2) Penghargaan infobank *Sharia Finance Award 2015* dengan predikat sangat bagus atas kinerja keuangan tahun 2014 pada tanggal 16 Oktober 2015.³

³ *Ibid*, hlm. 36-38.

f) Struktur Organisasi

a. Struktur Organisasi BPRS Bhakti Sumekar

Gambar 4.2
Struktur Organisasi PT. BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan⁴



Stktur Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan, 2020.

Struktur organisasi di PT. BPRS Bhakti Sumekar Sumenep merupakan aspek yang paling menentukan untuk perkembangan perusahaan yang memperlihatkan kejelasan hubungan dan tugas-tugas bagian struktural. Manajemen BPRS Bhakti Sumekar Sumenep adalah sebagai berikut:

1) Dewan Komisaris

- a) Komisaris Utama : Drs. Raden Idris, M.M
- b) Anggota Komisaris : KH. M. Taufiq Rachman FM

2) Dewan Pengawas Syari'ah

- a) DR. KH. Ahmad Muhammad Tdjani, MA
- b) Arina Haqan, SHI. M.EI
- c) Drs. H. A. Washil, M.Pd.I

3) Direksi

- a. Direktur Utama : Novi Sujatmiko
- b. Direktur Bisnis : Hairil Fajar
- c. Direktur Operasional : Cahya Wiratama

g) Jaringan Kantor BPRS Bhakti Sumekar

1) Kantor Pusat

Jl. Trunojoyo no. 137, Sumenep. Telp (0328) 672388, Fax (0328) 665638.

2) Kantor Kas Pasar Anom:

Jl. Trunojoyo no. 262, Sumenep. Telp (0328) 674650.

3) Kantor Kas Bangkal

Telp (0328) 673099

- 4) Kantor Kas Ganding
Telp. (0328) 821823
- 5) Kantor Cabang Ambunten
Jl. KH. Hasyim Asyari no. 32. Kecamatan Ambunten, Sumenep. Telp (0328) 311955.
- 6) Kantor Cabang Lenteng
Jl. Wilis, Dsn. Jepun Timur, Lenteng Timur. Telp (0328) 413479.
- 7) Kantor Cabang Bluto
Jl. Raya Bluto No. 13 Telp (0328) 415061.
- 8) Kantor Cabang Dungkek
Jl. Raya Pelabuhan, Dungkek, Sumenep. Telp (0328) 7718725.
- 9) Kantor Cabang Pasongsongan
Jl. Raya Pasongsongan. Telp (0328) 6770214.
- 10) Kantor Cabang Pragaan
Jl. Raya Prenduan, Pragaan. Sumenep. Telp (0328) 821204.
- 11) Kantor Cabang Kalianget
Jl. Raya Pelabuhan Kalianget. Telp (0328) 6770021.
- 12) Kantor Cabang Sapeken
Jl. Diponegoro Kampung Ra'as. Sapeken, Sumenep. Telp (0328) 511023.
- 13) Kantor Cabang Legung
Jl. Raya Legung, Batang-batang. Telp (0328) 7060138.
- 14) Kantor Cabang Guluk-guluk
Jl. Lembah Bukit Lancar Saba Jarin, Guluk-guluk, Sumenep. Telp (0328) 821293.
- 15) Kantor Cabang Manding
Telp. (0328) 663062
- 16) Kantor Cabang Dasuk
- 17) Kantor Cabang Masalembu
Telp. (0327) 611094
- 18) Kantor Cabang Gapura
Telp. (0328) 6771566

- 19) Kantor Cabang Saronggi
Telp. (0328) 6771181
- 20) Kantor Cabang Batuputih
- 21) Kantor Cabang Rubaru
- 22) Kantor Cabang Pamekasan
Jl. KH.Agus Salim No. 4 Pamekasan Telp. (0324) 336193, Fax. (0324) 336 194.
- 23) Kantor Cabang Waru: Jalan Raya Tobalang, Waru. (Depan Kantor Pos Waru) Pamekasan. Telp (0324) 511721
- 24) Kantor Cabang Bandaran: Jalan Raya Bandaran. Desa Sumber Wangi Bandaran. Telp (0324) 7090011.⁵

2. Gambaran Umum Penyebaran Angket

Dalam penelitian ini peneliti menyebarkan 99 angket yang diberikan secara langsung kepada nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan. Periode penyebaran dan pengembalian kuesioner yang diberikan oleh pihak bank yaitu selama dua minggu. Data yang diperoleh kemudian diolah menggunakan SPSS 16, dengan sampel terpenuhi. Berikut ini adalah rincian data penelitian dengan kuesioner yang ditunjukkan dalam tabel 4.2 berikut :

⁵ Annual Report, “*PT. BPR Syariah Bhakti Sumekar: Laporan Tahunan 2016*”, Annual Report diakses dari annualreport.id/annualreport/pt.-bpr-Syariah-bhakti-sumekar-laporan-tahunan-2016 ” yang berbentuk Pdf dalam ANREPBPRBHAKTSUMEKAR. Pdf. hlm. 20-21.

Tabel 4.2
Rincian Penyebaran dan Pengembalian Angket

Kuesioner yang disebarakan	99
Kuesioner yang kembali	99
Kuesioner yang tidak kembali	0
Kuesioner yang digunakan	99
Tingkat pengembalian (<i>Respon Rate</i>)	100%
Tingkat pengembalian yang digunakan (<i>Usable Respon Rate</i>)	100%

Sumber: Data primer yang diolah, tahun 2020

Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan bahwa kuesioner yang layak dan dapat dianalisis lebih lanjut sebanyak 99 kuesioner dengan tingkat pengembalian sebesar 100%. Presentase pengembalian sangat baik, karena dari 99 kuesioner yang disebarakan data lengkap.

3. Gambaran Umum Responden

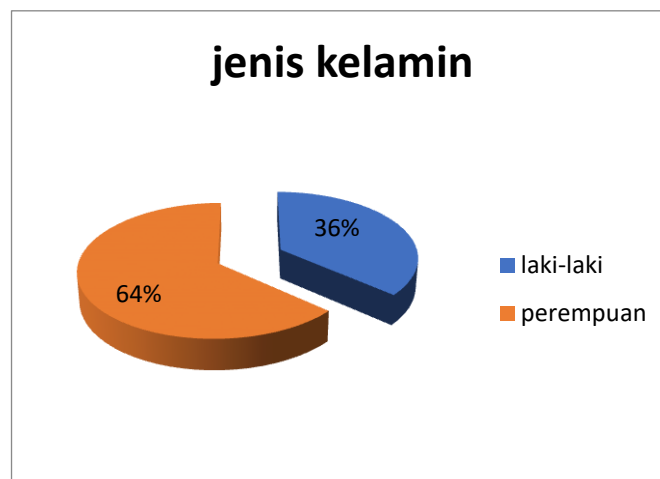
Deskripsi data responden menggambarkan keadaan atau kondisi responden yang merupakan informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian. Dalam penelitian ini kuesioner yang disebarakan sebanyak 99 responden yaitu untuk nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan. Responden dalam penelitian ini memiliki beberapa karakteristik. Karakteristik penelitian tersebut terdiri dari profil responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir dan alamat tempat tinggal, yang dijelaskan dibawah ini :

a. Profil Responden

1) Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 4.3 sebagai berikut :

Gambar 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



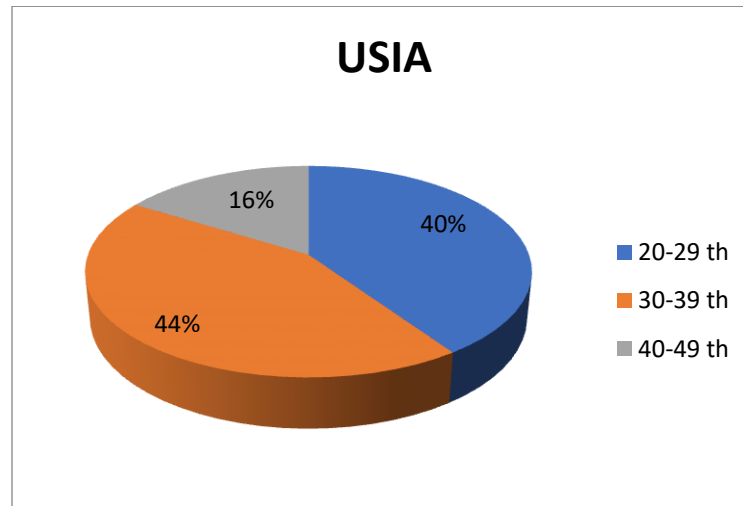
Sumber: Data primer yang diolah, tahun 2020.

Berdasarkan gambar 4.3 menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yaitu sebanyak 36 nasabah laki-laki dengan presentase (36,40%), dan 63 sebanyak nasabah perempuan dengan presentase (63,60%) yang menjadi responden dalam penelitian ini. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan dalam penelitian ini adalah perempuan dengan presentase (63,60%).

2) Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada gambar 4.4 sebagai berikut :

Gambar 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia



u

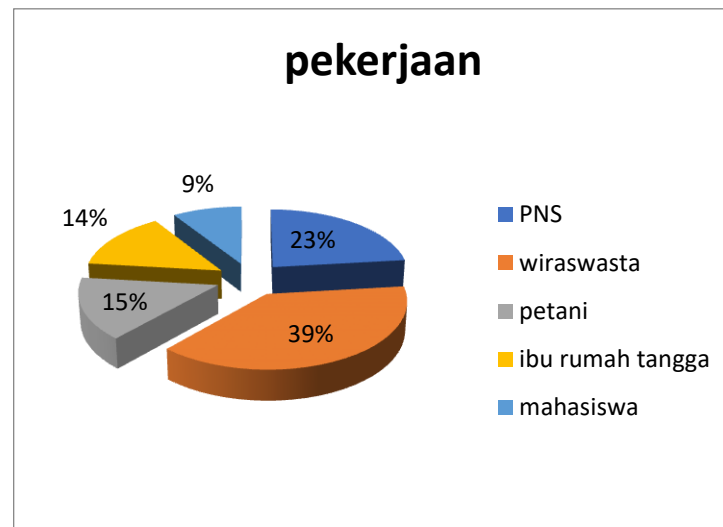
Sumber: Data primer yang diolah, tahun 2020.

Berdasarkan gambar 4.4 menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan usia yaitu nasabah yang berusia 20-29 tahun sebanyak 40 nasabah dengan presentase (40,40%), kemudian usia 30-39 tahun sebanyak 43 nasabah dengan presentase (43,40%), dan usia 40-49 tahun hanya sebanyak nasabah 16 dengan presentase (16,20%). Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan dalam penelitian ini adalah berusia 30-39 tahun dengan presentase (43,40%).

3) Pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada gambar 4.5 sebagai berikut :

Gambar 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan



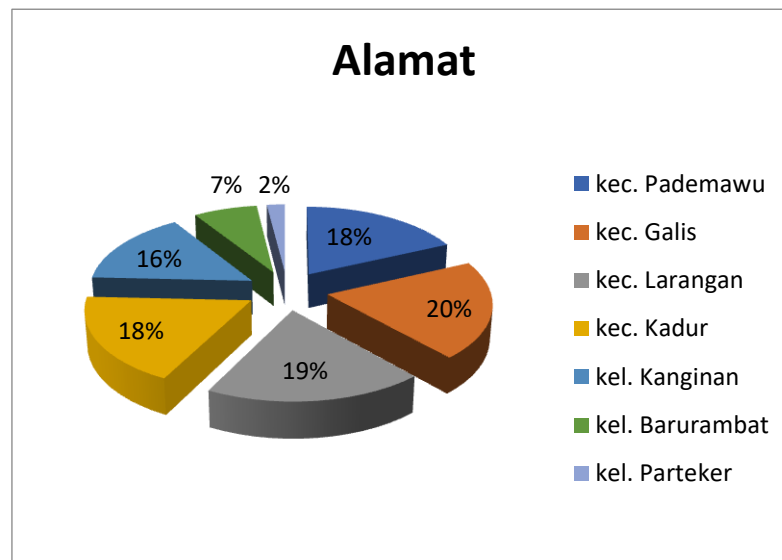
Sumber: Data primer yang diolah, tahun 2020.

Berdasarkan gambar 4.5 menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan pekerjaan yaitu sebanyak 39 nasabah adalah berprofesi sebagai Wiraswasta dengan presentase (38,40%), 22 nasabah adalah berprofesi sebagai Pegawai Negeri Sipil (PNS) dengan presentase (23,20%), nasabah adalah berprofesi sebagai Petani dengan presentase (15,20%), kemudian 14 nasabah berprofesi sebagai Ibu Rumah Tangga dengan presentase (14,10%), dan 9 nasabah berprofesi sebagai Mahasiswa dengan presentase (9,10%) Ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan adalah berprofesi sebagai Wiraswasta dengan presentase (38,40%).

4) Alamat Tempat Tinggal

Karakteristik responden berdasarkan alamat tempat tinggal dapat dilihat pada gambar 4.6 sebagai berikut :

Gambar 4.6
Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat Tempat Tinggal



Sumber: Data primer yang diolah, tahun 2020.

Berdasarkan gambar 4.6 menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan alamat tempat tinggal yaitu sebanyak 20 nasabah adalah beralamat di kecamatan Galis dengan presentase (20,20%), 19 nasabah adalah beralamat di kecamatan Larangan dengan presentase (19,20%), 18 nasabah adalah beralamat di kecamatan Pademawu dengan presentase (18,20%), kemudian 18 nasabah beralamat di kecamatan Kadur dengan presentase (18,20%), 15 nasabah beralamat di kelurahan Kanginan dengan presentase (15,20%), 7 nasabah beralamat di kelurahan Barurambat dengan presentase (7,10%), dan 2 nasabah beralamat di kelurahan

Parteker dengan presentase (2%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan adalah beralamat di kecamatan Galis dengan presentase (20,20%).

4. Deskripsi Data

a. Uji Kualitas Data

Pada tahapan ini, kualitas data yang dihasilkan dari penggunaan instrumen penelitian dapat dievaluasi melalui uji validitas dan reliabilitas. Tujuan dari pengujian ini adalah untuk mengetahui apakah setiap item pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini layak atau tidak untuk dipakai. Peneliti menggunakan analisis *SPSS (Statistical Package For The Social Science)* versi 16. Berikut uji validitas dan reliabilitas.

1) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid tidaknya suatu kuesioner tersebut mampu membuktikan suatu variabel yang seharusnya diukur dan diuji *pearson correlation*. Tingkat validitas dilakukan uji signifikan yaitu dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} untuk *degree of freedom* ($df = n - 2$), n merupakan jumlah sampel dan *alpha* ($\alpha = 5\%$). Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dan nilai r positif, maka setiap pernyataan dikatakan valid begitupun sebaliknya.

Penelitian ini besarnya df yakni $99 - 2$ atau 97 dan *alpha* ($\alpha = 5\%$) hasilnya diperoleh r_{tabel} . Selanjutnya hasil perhitungan menggunakan SPSS, diperoleh r_{hitung} lebih besar dari pada r_{tabel} . Hasilnya sebagai berikut :

Tabel 4.3
Hasil Uji Validitas Tiap Item Pertanyaan
Variabel Nilai Pelanggan (X₁), Kualitas Pelayanan (X₂), Kepuasan
Pelanggan (Z) dan LoyalitasPelanggan (Y)

Item	Koefesien Korelasi	r tabel	Validitas
Variabel Nilai Pelanggan (X1)			
X1.1	0,796	0,195	Valid
X1.2	0,809	0,195	Valid
X1.3	0,733	0,195	Valid
Variabel Kualitas Pelayanan (X2)			
X2.1	0,477	0,195	Valid
X2.2	0,308	0,195	Valid
X2.3	0,646	0,195	Valid
X2.4	0,463	0,195	Valid
X2.5	0,558	0,195	Valid
X2.6	0,467	0,195	Valid
X2.7	0,588	0,195	Valid
X2.8	0,465	0,195	Valid
X2.9	0,498	0,195	Valid
X2.10	0,412	0,195	Valid
Variabel Kepuasan Pelanggan (Z)			
Z.1	0,556	0,195	Valid
Z.2	0,455	0,195	Valid

Z.3	0,609	0,195	Valid
Z.4	0,531	0,195	Valid
Z.5	0,531	0,195	Valid
Z.6	0,406	0,195	Valid
Z.7	0,505	0,195	Valid
Z.8	0,326	0,195	Valid
Z.9	0,347	0,195	Valid
Z.10	0,515	0,195	Valid
Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)			
Y.1	0,768	0,195	Valid
Y.2	0,665	0,195	Valid
Y.3	0,693	0,195	Valid
Y.4	0,801	0,195	Valid

Sumber: Output SPSS, data primer yang diolah, tahun 2020.

Berdasarkan tabel 4.3 menunjukkan bahwa hasil nilai r_{hitung} pada kolom koefisien korelasi jika untuk setiap pernyataan memiliki r_{hitung} yang lebih besar dan positif dari pada r_{tabel} yaitu 0,195 dengan jumlah sampai 99 responden ($n = 99$) dan $alpha$ ($\alpha = 5\%$) maka, indikator dari variabel yaitu Nilai Pelanggan (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2), Kepuasan Pelanggan (Z), dan Loyalitas Pelanggan (Y) yaitu valid dan dapat dilakukan pengujian selanjutnya.

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui konsistensi jawaban responden atau kuesioner yang diberikan. Apabila nilai *cronbach's alpha* (α) suatu variabel $\geq 0,60$ maka indikator yang digunakan variabel terikat tersebut reliabel, jika nilai *cronbach's alpha* (α) suatu variabel $< 0,60$ maka indikator yang digunakan oleh variabel terikat tersebut tidak reliabel.

Tabel 4.4
Hasil Uji Reliabilitas Tiap Item Pertanyaan

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Keterangan
Nilai Pelanggan	0,676	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,636	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,618	Reliabel
Loyalitas Pelanggan	0,704	Reliabel

Sumber: Output SPSS, data primer yang diolah, tahun 2020.

Berdasarkan tabel 4.4 menunjukkan bahwa hasil perhitungan masing-masing variabel memiliki *cronbach's alpha* $> 0,60$. Dengan demikian variabel Nilai Pelanggan (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), Kepuasan Pelanggan (Z), dan Loyalitas Pelanggan (Y) dapat dikatakan reliabel.

b. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk menilai baik atau tidaknya nilai regresi yang digunakan dalam penelitian ini. Uji asumsi klasik yang digunakan sebagai berikut :

1) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Adanya multikolinearitas dalam regresi dapat dilakukan dengan melihat *tolerance value* atau *variance inflation factor* (VIF). Jika nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10, maka tidak terjadi multikolinearitas. Hasil uji multikolinearitas tiap variabel, yaitu :

Tabel 4.5
Hasil Uji Multikolinearitas Model I

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
1	(Constant)	24.007	4.453			
	NILAI PELANGGAN	.315	.217	.142	.994	1.006
	KUALITAS PELAYANAN	.259	.091	.278	.994	1.006

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Tabel 4.6
Hasil Uji Multikolinearitas Model II

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
1	(Constant)	10.168	3.417			
	NILAI PELANGGAN	-.054	.064	-.085	.916	1.091

KUALITAS PELAYANAN	.464	.147	.308	.972	1.028
KEPUASAN PELANGGAN	.331	.121	.273	.932s	1.100

a. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN

Berdasarkan tabel 4.5 dan tabel 4.6 hasil pengujian multikolinearitas model I dan model II, diketahui bahwa nilai *tolerance* semua variabel independen $> 0,10$. Nilai *variance inflation factor* (VIF) ketiga variabel < 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

2) Uji Autokorelasi

Pada uji autokorelasi ini menggunakan uji Durbin-Watson (DW) dengan cara membandingkan DW hitung dengan DW tabelnya, derajat kepercayaan yang digunakan 5%. Jika nilai $DW > d_u$ maka tidak terjadi autokorelasi dan sebaliknya jika $DW < d_1$ maka ada autokorelasi dan juga bisa dikatakan jika DW berada diantara d_1 ($4-d_u$) atau $d_1 \leq DW \leq (4-d_u)$ maka tidak ada autokorelasi, adapun hasil uji autokorelasi sebagai berikut :

Tabel 4.7
Hasil Uji Autokorelasi Model I

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.302 ^a	.091	.072	2.54578	1.791

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, NILAI PELANGGAN

b. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Tabel 4.8
Hasil Uji Autokorelasi Model II

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.340 ^a	.115	.087	1.71141	1.991

a. Predictors: (Constant), KEPUASAN PELANGGAN, NILAI PELANGGAN, KUALITAS PELAYANAN

b. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN

Berdasarkan tabel 4.7 nilai output SPSS Durbin-Watson pada model I sebesar 1,791 dan pada Tabel 4.8 nilai DW pada model II sebesar 1,991.

Maka untuk mengetahui ada tidaknya autokorelasi, nilai DW tersebut akan dibandingkan dengan nilai DW tabel sebagai berikut :

Tabel 4.9
Hasil Pengujian Asumsi Klasik Autokorelasi Model I

d_L	d_u	$(4-d_L)$	$(4-d_u)$	DW
1,634	1,715	2,366	2,285	1,791

Keterangan:

Nilai d_u dicari pada tabel distribusi nilai tabel Durbin-Watson berdasarkan k (2) dan N (99) dengan signifikansi 5%.

Berdasarkan tabel 4.9 dapat dilihat bahwa nilai DW sebesar 1,791 berada diantara nilai $d_u = 1,715$ dan nilai $4-d_u = 2,285$ atau $d_u \leq DW \leq (4-d_u)$, sehingga disimpulkan bahwa dalam model regresi I tidak terjadi autokorelasi atau tidak terdapat autokorelasi positif maupun negatif pada data yang diuji.

Tabel 4.10
Hasil Pengujian Asumsi Klasik Autokorelasi Model II

d_L	d_u	$(4-d_L)$	$(4-d_u)$	DW
1,613	1,736	2,387	2,264	1,991

Keterangan:

Nilai d_u dicari pada tabel distribusi nilai tabel Durbin-Watson berdasarkan k (3) dan N (99) dengan signifikansi 5%.

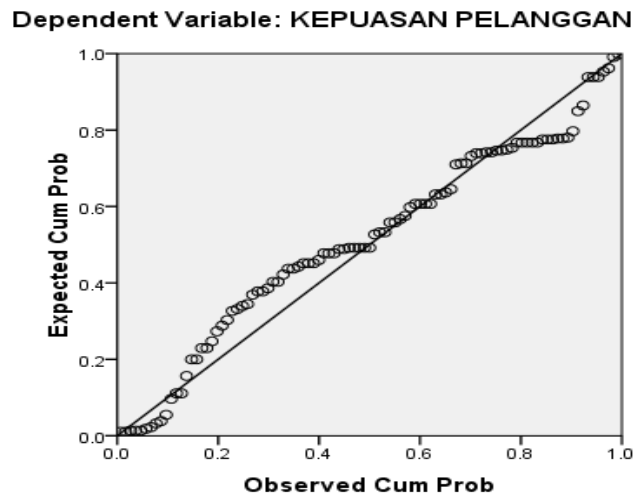
Berdasarkan tabel 4.10 dapat dilihat bahwa nilai DW sebesar 1,991 berada diantara nilai $d_u = 1,736$ dan nilai $4-d_u = 2,264$ atau $d_u \leq DW \leq (4-d_u)$, sehingga disimpulkan bahwa dalam model regresi II tidak terjadi autokorelasi atau tidak terdapat autokorelasi positif maupun negatif pada data yang diuji.

3) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar untuk jumlah sampel kecil, maka uji statistik menjadi tidak valid. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal. Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan grafik *normal probability plot*. Hasil uji normalitas dengan menggunakan grafik *normal probability plot*, yaitu :

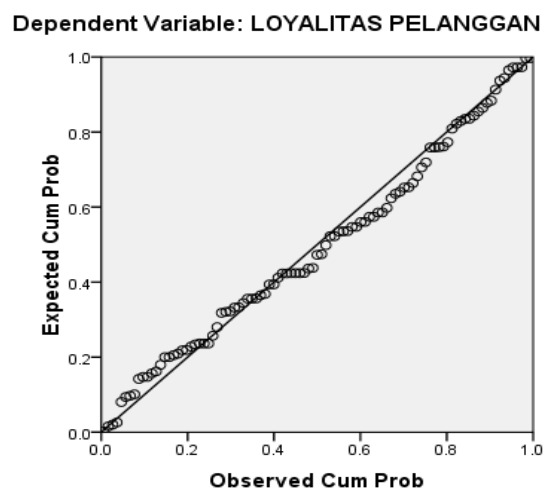
Gambar 4.7
Hasil Uji Normalitas Model I

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 4.8
Hasil Uji Normalitas Model II

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

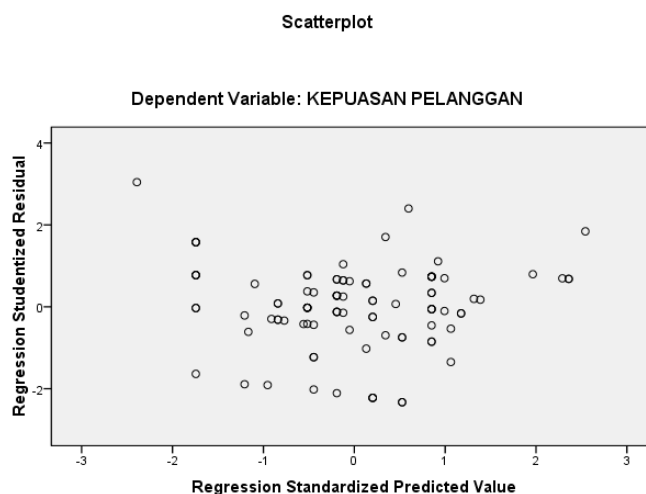


Berdasarkan tabel 4.7 dan tabel 4.8 dari hasil output SPSS di atas, pada grafik *normal probability plot* model I dan model II menunjukkan bahwa data (titik-titik) menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan model regresi memenuhi asumsi normalitas.

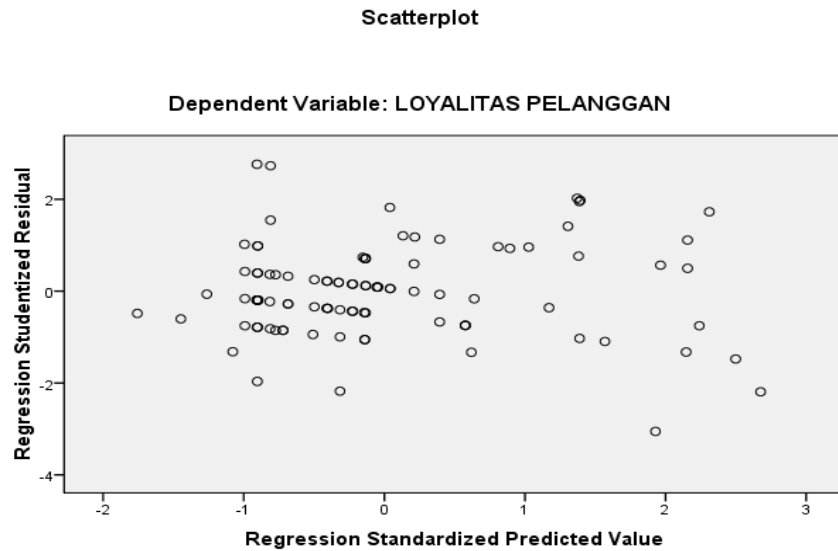
4) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dalam penelitian ini, untuk mendeteksi ada atau tidaknya *heteroskedastisitas* dapat dilakukan dengan menggunakan uji grafik *scatterplot* dengan memplotkan nilai ZPRED (nilai prediksi) dengan SRESID (nilai residualnya) yang dihasilkan dari pengolahan data dengan menggunakan program SPSS 16 yang dapat dilihat pada gambar di bawah ini :

Gambar 4.9
Hasil Uji Heteroskedastisitas Model I



Gambar 4.10
Hasil Uji Heteroskedastisitas Model II



Berdasarkan gambar 4.9 dan gambar 4.10 hasil output SPSS 16, grafik *scatterplot* memperlihatkan bahwa titik-titik pada grafik tidak bisa membentuk pola tertentu yang jelas, dimana titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga grafik tersebut tidak bisa dibaca dengan jelas. Hasil ini memperlihatkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

B. Pembuktian Hipotesis

1. Analisis Regresi linear Berganda

Pembuktian hipotesis dilakukan dengan melakukan analisis regresi linear berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan bila jumlah variabel bebas (*independent*) lebih dari satu dan satu variabel tak bebas (*dependent*). Adapun cara menghitung data yang dapat digunakan dalam regresi linier berganda yaitu :

$$Z = a_1 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e_1$$

$$Y = a_2 + b_3 X_1 + b_4 X_2 + b_5 Z + e_2$$

Keterangan :

Y = Nilai dari variabel dependen (Loyalitas Pelanggan)

Z = Variabel intervening (Kepuasan Pelanggan)

a = Koefisien konstanta

X₁ = Nilai dari variabel independen pertama (nilai pelanggan)

X₂ = Nilai dari variabel independen kedua (kualitas pelayanan)

E = Error/residual

Dari hasil analisis menggunakan program SPSS versi 16 for windows diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.11
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda Model I

Coefficients ^a			
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	24.007	4.453	
NILAI PELANGGAN	.315	.217	.142
KUALITAS PELAYANAN	.259	.091	.278

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Bedasarkan tabel 4.10 hasil analisis regresi linear berganda pada tabel tersebut diperoleh koefisien variabel Nilai Pelanggan (X₁) = 0,315, variabel

Kualitas Pelayanan (X_2) = 0,259 serta konstanta sebesar 24,007 sehingga model persamaan regresi yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Z = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

$$Z = 24,007 + 0,315 X_1 + 0,259 X_2 + 4,453$$

Model persamaan regresi linear berganda tersebut ditafsirkan sebagai berikut :

- a. $a = (24,007)$ artinya variabel independen mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Nilai konstanta kepuasan pelanggan sebesar (24,007) menunjukkan bahwa semakin perusahaan memperhatikan nilai pelanggan, dan kualitas pelayanan maka semakin besar pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan.
- b. $b_1 = (0,315)$, Nilai koefisien regresi variabel nilai pelanggan sebesar (0,315) berarti jika terjadi peningkatan sebesar 1% pada variabel tersebut, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,315 atau 31,5% dengan asumsi variabel-variabel yang lain dianggap tetap.
- c. $b_2 = (0,259)$, Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar (0,259) berarti jika terjadi peningkatan sebesar 1% pada variabel tersebut, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,259 atau 25,9% dengan asumsi variabel-variabel yang lain dianggap tetap.
- d. Standar *error* sebesar 4,453 artinya seluruh variabel yang di hitung dalam uji SPSS memiliki tingkat variabel pengganggu sebesar 4,453.

Dari hasil koefisien regresi masing-masing variabel independent (0,315 dan 0,259) menunjukkan bahwa variabel nilai pelanggan mempunyai

pengaruh yang lebih besar dibandingkan variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan.

Tabel 4.12
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Model II

Coefficients ^a			
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	10.168	3.417	
NILAI PELANGGAN	-.054	.064	-.085
KUALITAS PELAYANAN	.464	.147	.308
KEPUASAN PELANGGAN	.331	.121	.273

a. Dependent Variable: LOYALITAS
PELANGGAN

Bedasarkan tabel 4.12 hasil analisis regresi linear berganda pada tabel tersebut diperoleh koefisien variabel Nilai Pelanggan (X_1) = -0,054, variabel Kualitas Pelayanan (X_2) = 0,464 dan variabel Kepuasan Pelanggan (Z) = 0,331 serta konstanta sebesar 10,168 sehingga model persamaan regresi yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = a_2 + b_3 X_1 + b_4 X_2 + b_5 Z + e_2$$

$$Y = 10,168 + -0,054X_1 + 0,464X_2 + 0,331 + 3,417$$

Model persamaan regresi linear berganda tersebut ditafsirkan sebagai berikut :

- a. $a = (10,168)$ artinya variabel independen mempunyai pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Nilai konstanta loyalitas pelanggan sebesar

(10,168) menunjukkan bahwa semakin perusahaan memperhatikan nilai pelanggan, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan maka semakin besar pengaruhnya terhadap loyalitas pelanggan.

- b. $b_1 = (-0,054)$, Nilai koefisien regresi variabel nilai pelanggan sebesar (-0,054) berarti jika terjadi peningkatan sebesar 1% pada variabel tersebut, maka loyalitas pelanggan akan meningkat sebesar -0,054 atau 5,4% dengan asumsi variabel-variabel yang lain dianggap tetap.
- c. $b_2 = (0,464)$, Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar (0,464) berarti jika terjadi penurunan sebesar 1% pada variabel tersebut, maka loyalitas pelanggan akan menurun sebesar 0,464 atau 46,4% dengan asumsi variabel-variabel yang lain dianggap tetap.
- d. $b_3 = (0,331)$, Nilai koefisien regresi variabel kepuasan pelanggan sebesar (0,331) berarti jika terjadi peningkatan sebesar 1% pada variabel tersebut, maka loyalitas pelanggan akan meningkat sebesar 0,331 atau 33,1% dengan asumsi variabel-variabel yang lain dianggap tetap.
- e. Standar *error* sebesar 3,417 artinya seluruh variabel yang di hitung dalam uji SPSS memiliki tingkat variabel pengganggu sebesar 3,417.

Dari hasil koefisien regresi masing-masing variabel independent (-0,054, 0,464, 0,331) menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh lebih besar dibandingkan variabel nilai pelanggan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan.

2. Uji Serentak/Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh secara simultan (bersama-sama) antara variabel *independen* terhadap variabel *dependen*, dengan $\alpha = 0,05$.

Niai F_{hitung} akan dibandingkan dengan F_{tabel} dengan tingkat kesalahan $\alpha = 5\%$ dan derajat kebebasan Model I (df) = $(k-1)$, $(n-k) = (2-1)$, $(99-2) = (1 ; 97)$. Pada derajat kebebasan $(1 ; 97)$ nilai F_{tabel} dengan $\alpha = 5\%$ adalah 3,94.

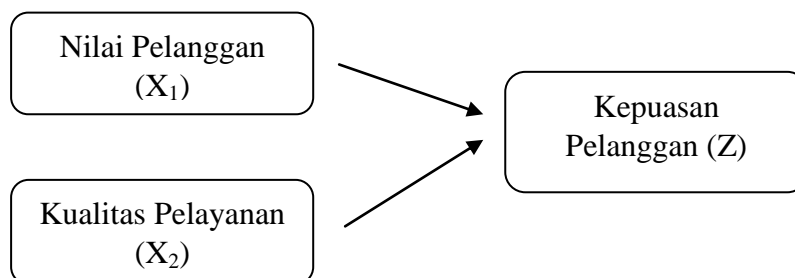
- a. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka variabel bebas tidak berpengaruh pada variabel terikat.
- b. Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$, maka variabel bebas berpengaruh pada variabel terikat.

Berikut hasil uji signifikan secara simultan variabel independen :

1) Analisis Model I

Gambar 4.11

Analisis Model I



Tabel 4.13
Hasil Analisis Uji F Model I

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	62.453	2	31.226	4.818	.010 ^a
	Residual	622.173	96	6.481		
	Total	684.626	98			

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, NILAI PELANGGAN

b. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

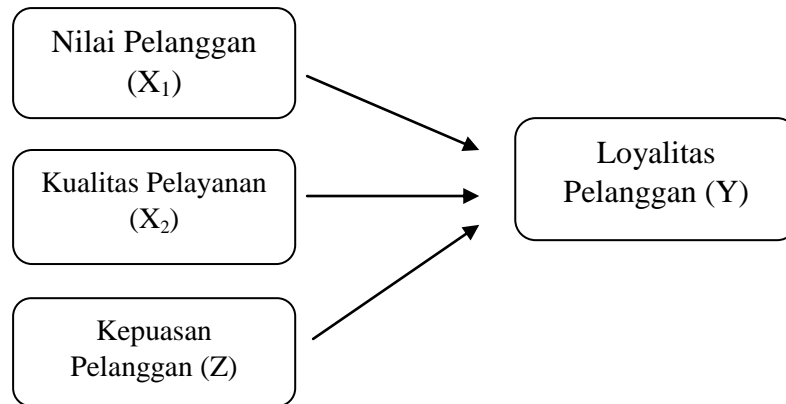
Berdasarkan tabel 4.13 Hasil uji F tersebut diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 4,818 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 (lebih kecil dari signifikan 0,05), sedangkan nilai F_{tabel} sebesar 3,94. Hal ini berarti bahwa nilai F_{hitung} $4,818 > F_{tabel}$ 3,94 dan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$, sehingga keputusannya adalah H_a diterima atau variabel X (nilai pelanggan, kualitas pelayanan) ada pengaruh yang signifikan bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan.

2) Analisis Model II

Pada derajat kebebasan Model II ($df = (k-1)$, $(n-k) = (3-1)$, $(99-3) = (2 ; 96)$). Pada derajat kebebasan $(2 ; 96)$ nilai F_{tabel} dengan $\alpha = 5\%$ adalah 3,09.

Gambar 4.12

Analisis Model II



Tabel 4.14

Hasil Uji F Model II

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	36.296	3	12.099	4.131	.008 ^a
	Residual	278.249	95	2.929		
	Total	314.545	98			

a. Predictors: (Constant), KEPUASAN PELANGGAN, NILAI PELANGGAN, KUALITAS PELAYANAN

b. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN

Hasil uji F tersebut diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 4,131 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 (lebih kecil dari signifikan 0,05), sedangkan nilai F_{tabel} sebesar 3,09. Hal ini berarti bahwa nilai F_{hitung} $4,131 > F_{tabel}$ 3,09 dan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$, sehingga keputusannya adalah H_a diterima atau variabel independen (nilai pelanggan, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan) ada pengaruh

yang signifikan bersama-sama terhadap loyalitas pelanggan di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan.

3. Uji Individual/Uji Parsial (Uji t)

Rumus mencari $t_{tabel} = (\alpha/2; n-k-1)$. Tingkat kesalahan yang di pakai $\alpha = 5\%$ dengan derajat kebebasan (df) = $(\alpha/2; n-k-1)$, dimana n adalah jumlah sampel sebanyak 99 dan k adalah jumlah variabel independen yakni sebanyak 2 variabel, maka $df = (0,05/2; 99-2-1) = (0,025; 96)$. Pada taraf signifikansi 5% nilai t_{tabel} sebesar = 1,988. Dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut :

- H_0 diterima jika, $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.
- H_a diterima jika, $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka variabel bebas berpengaruh pada variabel terikat.

Berikut hasil uji signifikan secara parsial variabe independen :

Tabel 4.15
Hasil Analisis Uji t Model I

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	24.007	4.453		5.392	.000
NILAI PELANGGAN	.315	.217	.142	1.454	.149
KUALITAS PELAYANAN	.259	.091	.278	2.848	.005

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Berdasarkan tabel 4.15 hasil data pengujian melalui SPSS, pengaruh masing-masing variabel dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Variabel nilai pelanggan (X_1) diperoleh t_{hitung} sebesar 1,454 dengan taraf sig. 0,149. Nilai t_{tabel} untuk model regresi diatas adalah 1,988. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikan $0,149 > 0,05$ dan nilai t_{hitung} $1,454 < t_{tabel}$ 1,988. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel nilai pelanggan secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan atau tidak ada pengaruh yang signifikan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan terhadap (H_0 diterima).
- b. Variabel kualitas pelayanan (X_2) diperoleh t_{hitung} sebesar 2,848 dengan taraf sig. 0,005. Nilai t_{tabel} untuk model regresi diatas adalah 1,988. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikan $0,005 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} $2,848 > t_{tabel}$ 1,988. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan atau ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan (H_a diterima).

Tabel 4.16
Hasil Analisis Uji t Model II

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.168	3.417		2.976	.004
	NILAI PELANGGAN	-.054	.064	-.085	-.848	.399
	KUALITAS PELAYANAN	.464	.147	.308	3.149	.002
	KEPUASAN PELANGGAN	.331	.121	.273	2.132	.001

a. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN

Rumus mencari $t_{\text{tabel}} = (\alpha/2; n-k-1)$. Tingkat kesalahan yang di pakai $\alpha = 5\%$ dengan derajat kebebasan (df) = $(\alpha/2; n-k-1)$, dimana n adalah jumlah sampel sebanyak 99 dan k adalah jumlah variabel independen yakni sebanyak 3 variabel, maka $df = (0,05/2; 99-3-1) = (0,025; 95)$. Pada taraf signifikansi 5% nilai t_{tabel} sebesar = 1,988.

Berdasarkan tabel 4.16 hasil data pengujian melalui SPSS, pengaruh masing-masing variabel dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a. Variabel nilai pelanggan (X_1) diperoleh t_{hitung} sebesar -0,848 dengan taraf sig. 0,399. Nilai t_{tabel} untuk model regresi diatas adalah 1,988. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikan $0,399 > 0,05$ dan nilai $t_{\text{hitung}} -0,848 < t_{\text{tabel}} 1,988$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel nilai pelanggan secara parsial tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan (H_a ditolak).

- b. Variabel kualitas pelayanan (X_2) diperoleh t_{hitung} sebesar 3,149 dengan taraf sig. 0,002. Nilai t_{tabel} untuk model regresi diatas adalah 1,988. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikan $0,002 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} $3,149 > t_{tabel}$ 1,988. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan (H_a diterima).
- c. Variabel kepuasan pelanggan (Z) diperoleh t_{hitung} sebesar 2,132 dengan taraf sig. 0,001. Nilai t_{tabel} untuk model regresi diatas adalah 1,988. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikan $0,001 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} $2,132 > t_{tabel}$ 1,988. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan pelanggan secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan (H_a diterima).

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4.17

Koefisien Determinasi (R^2) Model I

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.302 ^a	.091	.072

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, NILAI PELANGGAN

b. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Berdasarkan tabel 4.17 besarnya R square yang ada pada tabel summary adalah sebesar 0,091 hal ini menunjukkan bahwa sumbangan

pengaruh nilai pelanggan (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Z) sebesar 9,1% dan sisanya sebesar 90,9% merupakan kontribusi dari variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian.

Tabel 4.18

Koefisien Determinasi (R^2) Model II

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.340 ^a	.115	.087

a. Predictors: (Constant), KEPUASAN PELANGGAN, NILAI PELANGGAN, KUALITAS PELAYANAN

b. Dependent Variable: LOYALITAS PELANGGAN

Besarnya R square yang ada pada tabel summary adalah sebesar 0,115 hal ini menunjukkan bahwa sumbangan pengaruh nilai pelanggan (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) dan kepuasan pelanggan (Z) terhadap loyalitas pelanggan (Y) sebesar 11,5% dan sisanya sebesar 88,5% merupakan kontribusi dari variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian.

Dari hasil nilai koefisien determinasi (R^2) diatas diperoleh nilai yang rendah. Hal ini disebabkan karena nilai data tabulasi rendah. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa persepsi nasabah tentang nilai pelanggan dan kualitas pelayanan yang diberikan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan dirasa masih kurang maksimal sehingga nasabah merasa kurang puas. Ketika nasabah kurang puas terhadap nilai pelanggan dan kualitas pelayanan maka bentuk rasa loyalitas antara nasabah dengan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan kurang maksimal.

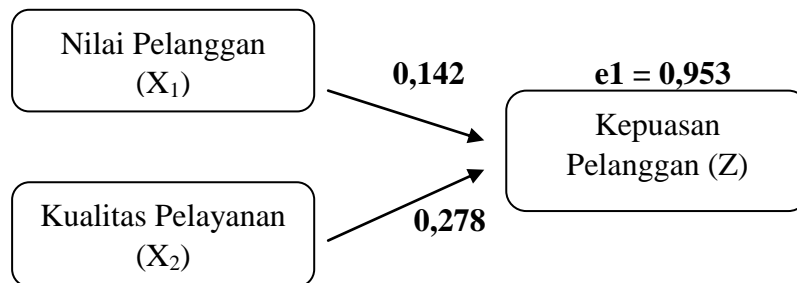
5. Path Analysis

a. Model Jalur I

Berdasarkan analisis jalur I, tabel *coefficients*, pada kolom *standardized coefficients* beta, menunjukkan bahwa terjadi hubungan langsung nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan *standardized coefficients* sebesar 0,142 dan hubungan langsung kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan *standardized coefficients* sebesar 0,278. Nilai e1 dapat diperoleh dari $\sqrt{1 - R \text{ square}} = \sqrt{1 - 0,091} = 0,953$ dengan demikian diperoleh diagram jalur sebagai berikut :

Gambar 4.13

Analisis Jalur I



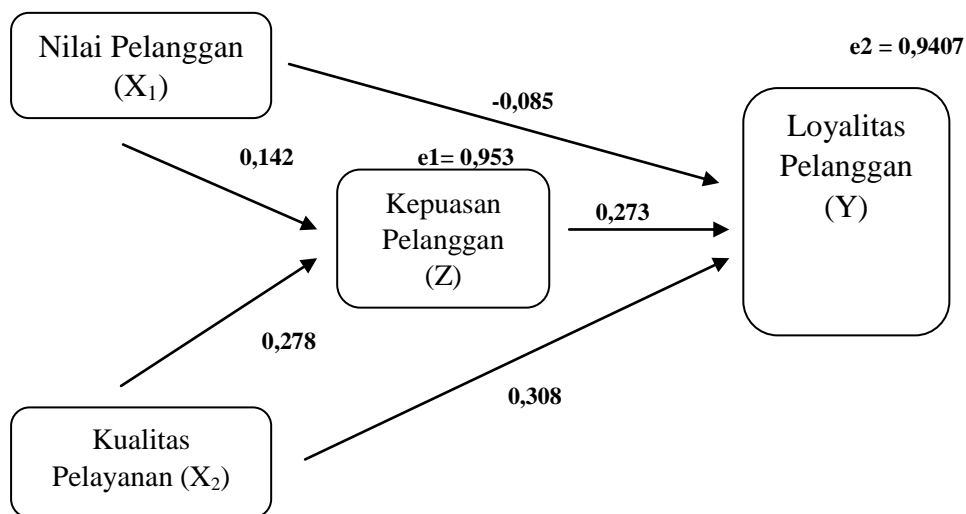
b. Model Jalur II

Berdasarkan analisis jalur II, tabel *coefficients*, pada kolom *standardized coefficients* beta, menunjukkan bahwa terjadi hubungan langsung kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan *standardized coefficients* sebesar 0,273, terjadi hubungan tidak langsung nilai pelanggan terhadap loyalitas pelanggan *standardized coefficients* sebesar -0,085 dan hubungan tidak langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan

dengan *standardized coefficients* sebesar 0,308. Nilai e_2 dapat diperoleh dari $\sqrt{1 - R \text{ square}} = \sqrt{1 - 0,115} = 0,9407$ dengan demikian diperoleh diagram jalur sebagai berikut :

Gambar 4.14

Analisis Jalur II



C. Pembahasan

Pembahasan ini untuk menjawab dan menjelaskan tentang rumusan masalah, yaitu untuk mengetahui pengaruh nilai pelanggan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan. Maka dapat dijelaskan melalui poin pembahasan berikut ini :

1. H_1 : Pengaruh Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan.

Nilai pelanggan adalah selisih antara manfaat yang didapatkan pelanggan dengan apa yang telah dikorbankan (berupa biaya dan waktu) pelanggan untuk mendapatkan produk atau jasa tersebut. Jika manfaat yang

dirasakan oleh pelanggan dari produk atau jasa yang telah mereka gunakan lebih rendah atau tidak sesuai dengan apa yang telah dikorbankan pelanggan untuk mendapatkan barang atau jasa tersebut, maka pelanggan akan merasa kecewa atau tidak puas. Oleh karena itu sebuah bank dikatakan mempunyai nilai yang tinggi dimata nasabah apabila mampu memberikan kualitas, manfaat dan pengorbanan seminimal mungkin kepada para nasabahnya. Dengan begitu nilai pelanggan akan meningkat seiring dengan tingginya tingkat kepuasan pelanggan sehingga mencapai loyalitas pelanggan.

Berdasarkan hasil uji t (secara parsial) diketahui variabel nilai pelanggan (X_1) diperoleh nilai $t_{hitung} 1,454 < t_{tabel} 1,988$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel nilai pelanggan tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan (H_{a1} ditolak). Hal ini menggambarkan rendahnya nilai pelanggan di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan. Adanya ketidakpuasan nasabah setelah menggunakan produk atau jasa yang ada di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan, menyebabkan manfaat yang dirasakan oleh pelanggan dari produk atau jasa yang ada di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan lebih rendah atau tidak sesuai dengan pengorbanan (biaya dan waktu) yang telah dikeluarkan oleh pelanggan.

2. H_2 : Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan.

Berdasarkan hasil uji t (secara parsial) diketahui variabel kualitas pelayanan (X_2) diperoleh nilai $t_{hitung} 2,848 > t_{tabel} 1,988$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan secara parsial

berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan (H_{a2} diterima). Hal tersebut menggambarkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan sesuai dengan apa yang diharapkan dan diinginkan oleh nasabah. Dari segi faktor kesiapan/kecepatan pelayanan (*responsiveness*) Karyawan di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan selalu memberikan pelayanan yang cepat dalam menangani keluhan nasabah dan selalu bersikap sabar saat menghadapi keluhan nasabah. Hal ini tentu akan memberikan rasa nyaman dan kepuasan terhadap BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan, sehingga nasabah akan melakukan transaksi ulang di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan.

Hal ini sejalan dengan teori Zeithaml, bahwa kualitas pelayanan adalah keadaan, perasaan dan sikap yang diterima oleh nasabah yang dirasakan dan disesuaikan dengan harapan atau keinginan nasabah dengan tingkat persepsi mereka. Apabila jasa yang diterima oleh nasabah sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan bank dipersepsikan baik dan memuaskan, begitupun sebaliknya jika pelayanan yang dirasakan lebih rendah dari yang diharapkan nasabah maka kualitas pelayanan akan dipersepsikan sangat jelek dan nasabah akan kecewa sehingga mereka akan merasa tidak puas. Kualitas pelayanan yang baik memberikan dampak yang positif bagi setiap nasabah. Nasabah yang merasa puas akan melakukan transaksi ulang sehingga menimbulkan loyalitas.

3. H₃ : Pengaruh Nilai Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan.

Berdasarkan hasil uji t (secara parsial) diketahui variabel nilai pelanggan (X₁) diperoleh nilai $t_{hitung} -0,848 < t_{tabel} 1,988$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel nilai pelanggan tidak mempunyai pengaruh terhadap loyalitas pelanggan di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan (H_{a3} ditolak). Adanya ketidakpuasan nasabah setelah menggunakan produk atau jasa yang ada di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan, persepsi pelanggan terhadap manfaat yang dirasakan oleh pelanggan dari produk atau jasa yang ada di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan lebih rendah atau tidak sesuai dengan pengorbanan (biaya dan waktu) yang dikeluarkan oleh pelanggan, menyebabkan tidak terbentuknya rasa loyalitas nasabah terhadap BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan.

Hal tersebut sejalan dengan teori Kotler bahwa Nilai Pelanggan (*customer value*) adalah keseluruhan penilaian dari pelanggan atau nasabah tentang kegunaan atau manfaat suatu produk atau jasa yang dinilai berdasarkan pada persepsi tentang apa yang diterima dan apa yang diberikan. Perusahaan akan selalu menciptakan inovasi baru pada produk-produk yang ditawarkan oleh perusahaan dengan memperhatikan nilai yang diperoleh nasabah. Oleh karena itu sebuah bank dikatakan mempunyai nilai yang tinggi dimata nasabah apabila mampu memberikan kualitas, manfaat dan pengorbanan seminimal mungkin kepada para nasabahnya. Dengan begitu nilai pelanggan akan meningkat seiring dengan tingginya tingkat kepuasan pelanggan sehingga mencapai loyalitas pelanggan. Begitupun sebaliknya, jika bank tidak mampu

memberikan kegunaan atau manfaat sesuai dengan harapan nasabah dari produk atau jasa tersebut maka nasabah akan merasa tidak puas dan tidak dapat menciptakan rasa loyalitas antara nasabah dengan bank.

4. H₄ : Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan.

Berdasarkan hasil uji t (secara parsial) diketahui variabel kualitas pelayanan (X₂) diperoleh nilai $t_{hitung} 3,149 > t_{tabel} 1,988$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan (Ha₄ diterima). Penerapan pelayanan berupa selalu memberikan pelayanan yang cepat dalam menangani keluhan nasabah dan selalu bersikap sabar saat menghadapi keluhan nasabah. Hal ini mampu memberikan rasa nyaman dan kepuasan terhadap BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan, sehingga nasabah akan melakukan transaksi ulang di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan. Kualitas pelayanan yang baik memberikan dampak yang positif bagi setiap nasabah. Nasabah yang merasa puas akan melakukan transaksi ulang sehingga menimbulkan rasa loyalitas antara nasabah dengan bank.

5. H₅ : Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan.

Berdasarkan hasil uji t (secara parsial) diketahui variabel kepuasan pelanggan (Z) diperoleh nilai $t_{hitung} 2,73 > t_{tabel} 1,988$. Dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan. Dengan demikian kepuasan

pelanggan mampu memediasi pengaruh nilai pelanggan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan (Ha₅ diterima).

Hal ini sesuai dengan teori Gasperz, kepuasan pelanggan adalah suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan nasabah dapat terpenuhi melalui produk atau jasa yang digunakan. kepuasan pelanggan dapat tercapai apabila kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan terpenuhi. Jika pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan yang diharapkan, maka akan memberikan kepuasan. Dengan demikian kualitas pelayanan harus terus ditingkatkan sehingga mencapai apa yang diharapkan oleh pelanggan dan mencapai tingkat kepuasan yang tinggi dari pelanggan. Manfaat pelanggan yang puas akan membentuk rasa loyalitas terhadap perusahaan tersebut. Nasabah yang loyal umumnya akan melanjutkan pembelian produk tersebut walaupun dihadapkan pada banyak alternative merk produk pesaing yang menawarkan karakteristik jasa yang lebih unggul, hal tersebut biasanya ditandai dengan adanya transaksi berulang, memberikan referensi kepada orang lain, penolakan atau ketahanan terhadap produk pesaing (kesetiaan).

Tabel 4.19

Hasil Hipotesis

No	Hipotesis	Kesimpulan
1	Nilai pelanggan berpengaruh langsung dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan	Ditolak
2	Kualitas pelayanan berpengaruh langsung dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan	Diterima
3	Nilai pelanggan berpengaruh tidak langsung	Ditolak

	dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan	
4	Kualitas pelayanan berpengaruh tidak langsung dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan	Diterima
5	Kepuasan pelanggan berpengaruh langsung dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan	Diterima