

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Penelitian dilakukan pada nasabah Bank X. Setelah dilakukan penelitian terhadap responden sebanyak 96 responden, maka dapat dilakukan analisis data. Analisis data meliputi analisis deskriptif dan inferensial. Analisis deskriptif meliputi gambaran identitas responden dan penilaian responden pada variabel penelitian. Sedangkan analisis inferensial menggunakan regresi linier berganda. Sebelum data dilakukan analisis terhadap data penelitian, terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas agar kesimpulan yang diperoleh tidak bias dengan melakukan prosedur yang sama dengan uji validitas dan reliabilitas pada instrumen.

4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui dan mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner. Untuk penjelasan rinci dari Uji validitas sudah dijelaskan pada pengujian Instrumen. Dengan menetapkan taraf signifikansi (α) sebesar 5%. Setiap pertanyaan dinyatakan valid jika memiliki nilai koefisien korelasi hasil perhitungan nilainya positif dan lebih besar dari r tabel dengan $n - k$ dan $\alpha = 5\%$ atau ($r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$) dengan sampel (N) adalah 96, maka dapat ditentukan besarnya r tabel ($df = 96 - 2$) adalah 0.1689. Berikut hasil uji validitas data yang telah dilakukan :

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Data

Keterangan	Cronbach's Alpha	r hitung	Reliabilitas	Validitas
Kualitas jasa soft	0,909		Reliabel	
bersedia membantu nasabah.		0,733		Valid
sabar mendengarkan keluhan nasabah.		0,828		Valid
semangat melayani nasabah.		0,691		Valid
menyampaikan informasi dengan jelas.		0,688		Valid
sopan melayani nasabah.		0,703		Valid
dapat menyesuaikan diri dengan karakteristik nasabah.		0,747		Valid
ramah ketika melayani nasabah.		0,727		Valid
Kualitas jasa hard	0,925		Reliabel	
Lokasi kantor mudah dicapai.		0,547		Valid
Penempatan fasilitas kantor pelayanan telah sesuai.		0,752		Valid
Fasilitas kantor tersedia sesuai kebutuhan.		0,649		Valid
Fasilitas dan lingkungan kantor terlihat bersih.		0,625		Valid
Suasana kantor pelayanan nyaman.		0,800		Valid
Fasilitas kantor mempercepat proses pelayanan.		0,818		Valid
Kualitas fasilitas kantor menunjang proses pelayanan.		0,817		Valid
Perusahaan berlaku adil kepada setiap pelanggan.		0,669		Valid
Fasilitas kantor bekerja dengan baik dan konsisten.		0,680		Valid
Fasilitas kantor bekerja dengan cepat.		0,749		Valid
Jaminan keamanan data pelanggan.		0,607		Valid
Kepuasan Nasabah	0,891		Reliabel	
Memilih perusahaan adalah hal yang bijak.		0,834		Valid
Menggunakan layanan perusahaan adalah hal yang benar.		0,839		Valid
Fasilitas sesuai dengan kebutuhan.		0,699		Valid
Loyalitas	0,909		Reliabel	
Mengatakan hal positif tentang Perusahaan kepada orang lain.		0,722		Valid
Menyarankan kerabat untuk melakukan bisnis dengan Perusahaan.		0,828		Valid
Berniat untuk terus melakukan bisnis dengan Perusahaan.		0,782		Valid
Memiliki preferensi yang kuat pada Perusahaan.		0,811		Valid
Mempertimbangkan Perusahaan sebagai bank utama.		0,743		Valid

Sumber: Data primer diolah, 2017

Tabel 4.1 di atas dapat diketahui besarnya koefisien korelasi dari seluruh butir pertanyaan terdiri dari 7 butir pertanyaan untuk variabel kualitas jasa *soft*, 11 butir pertanyaan untuk variabel kualitas jasa *hard*, 3 butir pertanyaan untuk variabel kepuasan nasabah, dan 5 butir pertanyaan untuk variabel loyalitas. Dari hasil perhitungan koefisien korelasi seluruhnya mempunyai r hitung yang lebih besar dari r tabel (r tabel=0.1689). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pertanyaan dinyatakan valid.

Dari hasil uji reliabilitas pada Tabel 4.1 diperoleh koefisien reliabilitas untuk seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian ini lebih besar dari nilai kritis yaitu 0,6. Dengan demikian seluruh butir pertanyaan yang tertuang dalam kuisisioner penelitian ini dapat dinyatakan handal/reliabel. Artinya kuisisioner ini memiliki hasil yang konsisten jika dilakukan pengukuran dalam waktu yang berbeda.

4.2 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah analisis yang menjelaskan tentang gambaran perusahaan yang diteliti menggunakan analisis statistik deskriptif berupa karakteristik konsumen, dan persepsi konsumen terhadap variabel penelitian.

4.2.1 Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang dianalisa dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, dan pekerjaan. Karakteristik responden tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Jenis Kelamin

Hasil angket yang telah disebarkan diperoleh hasil seperti terlihat pada Tabel 4.2

Tabel 4.2
Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	51	53,1%
Perempuan	45	46,9%
Jumlah	96	100%

Sumber: Data primer diolah, 2017

Berdasarkan Tabel 4.2 dapat diketahui bahwa 53,1% responden berjenis kelamin laki-laki sedangkan 46,9% responden berjenis kelamin perempuan. Ditinjau dari besarnya persentase menunjukkan bahwa responden mayoritas adalah pelanggan dengan jenis kelamin laki-laki meskipun perbedaannya tidak terlalu jauh dengan pelanggan yang berjenis kelamin perempuan. Kondisi ini disebabkan karena laki-laki sebagai kepala keluarga yang akan menerima gaji dari perusahaan atau tempat ia bekerja, sedangkan wanita mengurus keuangan keluarga setelah uang diterima melalui suami mereka.

b. Usia

Hasil angket yang telah disebarkan diperoleh hasil seperti terlihat pada Tabel 4.3

Tabel 4.3
Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
25 tahun ke bawah	11	11,5%
26 – 40 tahun	25	26%
Di atas 40 tahun	60	62,5%
Jumlah	96	100%

Sumber: Data primer diolah, 2017

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat diketahui bahwa 11,5% responden berusia 25 tahun ke bawah, 26% responden berusia 26-40 tahun, sedangkan 62,5% responden berusia di atas 40 tahun. Ditinjau dari besarnya persentase menunjukkan bahwa responden mayoritas adalah pelanggan dengan rentan usia di atas 40 tahun. Hal ini dapat dimengerti karena usia sangat produktif serta tingkat kemapanan penghasilan masyarakat Indonesia adalah usia diatas 40 tahun.

c. Pendidikan Terakhir

Hasil angket yang telah disebarkan diperoleh hasil seperti terlihat pada Tabel 4.4

Tabel 4.4
Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan	Jumlah	Persentase
SD, SMP, SMA/SMK	15	15,6%
Diploma atau S1	71	74,0%
Pasca Sarjana (S2, S3, dll)	10	10,4%
Jumlah	96	100%

Sumber: Data primer diolah, 2017

Berdasarkan Tabel 4.4 dapat diketahui bahwa 15,6% responden berpendidikan terakhir pada SD, SMP, SMA/SMK, 74,0% responden berpendidikan terakhir Diploma atau S1, sedangkan 10,4% responden berpendidikan terakhir Pasca Sarjana (S2, S3, dll). Ditinjau dari besarnya persentase menunjukkan bahwa responden mayoritas adalah pelanggan dengan Tingkat pendidikan Diploma atau S1. Hal ini bisa dimengerti karena semakin tinggi pendidikan responden/nasabah maka nasabah akan lebih mengerti dan membutuhkan transaksi perbankan.

d. Pekerjaan

Hasil angket yang telah disebarakan diperoleh hasil seperti terlihat pada Tabel 4.5

Tabel 4.5
Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Mahasiswa/Pelajar	6	6,3%
PNS/TNI/Polisi	60	62,5%
Wiraswasta/Karyawan	28	29,2%
Ibu rumah tangga/Pensiunan	2	2,1%
Jumlah	96	100%

Sumber: Data primer diolah, 2017

Berdasarkan Tabel 4.6 dapat diketahui bahwa 6,3% responden memiliki pekerjaan sebagai Mahasiswa/Pelajar, 62,5% responden memiliki pekerjaan sebagai PNS/TNI/Polisi, 29,2% responden memiliki pekerjaan sebagai Wiraswasta/Karyawan, dan 2,1% responden memiliki pekerjaan sebagai Ibu rumah tangga/Pensiunan. Ditinjau dari besarnya persentase menunjukkan bahwa responden mayoritas adalah pelanggan dengan pekerjaan sebagai PNS/TNI/Polisi. Hal ini dapat dimengerti bahwa saat ini perusahaan atau lembaga milik negara sebagian besar menggunakan bank BUMN sebagai pengelola gaji pegawainya, salah satunya adalah Bank X.

4.2.2 Persepsi Nasabah terhadap variabel penelitian

Penelitian ini digunakan untuk menganalisis data dengan cara memberikan keterangan-keterangan dan penjelasan tentang objek yang dibahas. Keterangan dan penjelasan ini berupa persentase tentang hal-hal yang

berhubungan dengan kualitas jasa *soft*, kualitas jasa *hard*, kepuasan nasabah, dan loyalitas nasabah berdasarkan permasalahan yang terjadi.

Untuk menjelaskan hasil penilaian responden terhadap variabel penelitian, dilakukan berdasarkan nilai rata-rata pada setiap variabel. Penilaian responden tertinggi dengan skor rata-rata 5 dan skor penilaian terendah adalah 1 maka dapat ditentukan interval sebagai berikut:

$$\text{Interval} = \frac{\text{skor maksimum} - \text{skor minimum}}{\text{jumlah kelas}} = \frac{5-1}{5} = 0,80$$

Kriteria persepsi mahasiswa terhadap kualitas jasa *soft*, kualitas jasa *hard*, kepuasan nasabah, dan loyalitas nasabah dapat dilihat pada Tabel 4.6 berikut:

Tabel 4.6
Kriteria Persepsi Nasabah

Interval	Kualitas Jasa <i>Soft</i>	Kualitas Jasa <i>Hard</i>	Kepuasan	Loyalitas
1,00 - 1,79	Sangat Tidak Baik	Sangat Tidak Baik	Sangat Tidak Puas	Sangat Tidak Loyal
1,80 - 2,59	Tidak Baik	Tidak Baik	Tidak Puas	Tidak Loyal
2,60 - 3,39	Cukup Baik	Cukup Baik	Cukup Puas	Cukup Loyal
3,40 - 4,19	Baik	Baik	Puas	Loyal
4,20 - 5,00	Sangat Baik	Sangat Baik	Sangat Puas	Sangat Loyal

Sumber: Data primer diolah, 2017

Dari Tabel 4.6 dapat dijelaskan deskriptif penilaian responden terhadap variabel penelitian sebagai berikut:

a. Variabel Kualitas Jasa *Soft*

Penilaian terhadap variabel kualitas jasa *soft* merupakan penilaian pada 7 (tujuh) indikator yaitu perhatian, kepedulian, komitmen, komunikasi, kesopanan, fleksibilitas, dan keakraban. Dari hasil jawaban responden yang telah dikumpulkan maka dapat

dijelaskan distribusi penilaian responden atas variabel kualitas jasa *soft* seperti pada Tabel 4.7 berikut ini :

Tabel 4.7
Penilaian Variabel Kualitas Jasa *Soft*

Indikator Kualitas <i>Soft</i>	Mean	Kategori
Bersedia membantu nasabah.	4,19	Baik
Sabar mendengarkan keluhan nasabah.	4,09	Baik
Semangat melayani nasabah.	4,04	Baik
Menyampaikan informasi dengan jelas.	4,08	Baik
Sopan melayani nasabah.	4,31	Sangat Baik
Dapat menyesuaikan diri dengan karakteristik nasabah.	3,97	Baik
Ramah ketika melayani nasabah.	4,24	Sangat Baik
Rata-rata total penilaian	4,13	Baik

Sumber: Data primer diolah, 2017

Berdasarkan hasil analisis deskriptif seperti pada Tabel 4.7 menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap variabel kualitas jasa *soft* adalah 4,13 (Baik). Artinya nasabah memberikan penilaian baik pada bersedia membantu nasabah dengan skor rata-rata 4,19; sabar mendengarkan keluhan nasabah dengan skor rata-rata 4,09; semangat melayani nasabah dengan skor rata-rata 4,04; menyampaikan informasi dengan jelas dengan skor rata-rata 4,08; dapat menyesuaikan diri dengan karakteristik nasabah dengan skor rata-rata 3,97. Sedangkan nasabah memberikan penilaian sangat baik pada sopan melayani nasabah dengan jelas dengan skor rata-rata 4,31 dan ramah ketika melayani nasabah dengan skor rata-rata 4,24.

Secara keseluruhan responden memberikan penilaian **baik**. Hal ini berarti bahwa nasabah memberikan penilaian yang baik terhadap variabel kualitas jasa *soft* pada pelayanan karyawan Bank X, karena berada pada interval 3,97 - 4,31.

Dengan hasil ini hendaknya dapat dijadikan pertimbangan pihak manajemen Bank X untuk tetap mempertahankan keseluruhan kualitas jasa *soft* pada karyawan, karena nasabah telah memberikan penilaian yang tinggi pada variabel kualitas jasa *soft*. Strategi yang perlu dilakukan yaitu dengan mempertahankan indikator yang memiliki pengaruh paling dominan yaitu sopan melayani nasabah dan ramah ketika melayani nasabah serta meningkatkan kinerja pada indikator yang dinilai paling rendah oleh nasabah yaitu indikator dapat menyesuaikan diri dengan karakteristik nasabah. Diharapkan kedepannya karyawan Bank X dapat lebih meningkatkan lagi kemampuan adaptasi dengan berbagai macam karakteristik nasabah yang berbeda-beda dengan kebutuhan nasabah yang berbeda-beda pula.

b. Variabel Kualitas Jasa *Hard*

Penilaian terhadap variabel kualitas jasa *hard* merupakan penilaian pada 11 (sebelas) indikator yaitu akses, estetika, ketersediaan, kebersihan, kenyamanan, kemampuan, kegunaan, integritas, keandalan, ketertanggapan, dan keamanan. Dari hasil jawaban responden yang telah dikumpulkan maka dapat dijelaskan distribusi penilaian responden atas variabel kualitas jasa *hard* seperti pada Tabel 4.8 berikut ini :

Tabel 4.8
Penilaian Variabel Kualitas Jasa *Hard*

Indikator Kualitas <i>Hard</i>	Mean	Kategori
Lokasi kantor mudah dicapai.	4,29	Sangat Baik
Penempatan fasilitas kantor pelayanan telah sesuai.	4,02	Baik
Fasilitas kantor tersedia sesuai kebutuhan.	4,01	Baik
Fasilitas dan lingkungan kantor terlihat bersih.	4,21	Sangat Baik
Suasana kantor pelayanan nyaman.	4,19	Baik
Fasilitas kantor mempercepat proses pelayanan.	4,04	Baik
Kualitas fasilitas kantor menunjang proses pelayanan.	4,05	Baik
Perusahaan berlaku adil kepada setiap nasabah.	3,92	Baik
Fasilitas kantor bekerja dengan baik dan konsisten.	4,00	Baik
Fasilitas kantor bekerja dengan cepat.	4,02	Baik
Jaminan keamanan data pelanggan.	4,08	Baik
Rata-rata total penilaian	4,08	Baik

Sumber: Data primer diolah, 2017

Berdasarkan hasil analisis deskriptif seperti pada Tabel 4.8 menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap variabel kualitas jasa *hard* adalah 4,08 (Baik). Artinya nasabah memberikan penilaian baik pada penempatan fasilitas kantor pelayanan telah sesuai dengan skor rata-rata 4,02; fasilitas kantor tersedia sesuai kebutuhan dengan skor rata-rata 4,01; Suasana kantor pelayanan nyaman dengan skor rata-rata 4,19; fasilitas kantor mempercepat proses pelayanan dengan skor rata-rata 4,04; kualitas fasilitas kantor menunjang proses pelayanan dengan skor rata-rata 4,05; perusahaan berlaku adil kepada setiap pelanggan dengan skor rata-rata 3,92; fasilitas kantor bekerja dengan baik dan konsisten dengan skor rata-rata 4,00. Fasilitas kantor bekerja dengan cepat dengan skor rata-rata 4,08; dan jaminan keamanan data pelanggan dengan skor rata-rata 4,08. Sedangkan nasabah memberikan penilaian sangat baik pada lokasi kantor mudah dicapai dengan skor rata-rata 4,29 dan fasilitas dan lingkungan kantor terlihat bersih dengan skor rata-rata 4,21.

Secara keseluruhan responden memberikan penilaian **baik**. Hal ini berarti bahwa nasabah memberikan penilaian yang baik terhadap variabel kualitas jasa *hard* pada pelayanan karyawan Bank X, karena berada pada interval 3,92 - 4,29.

Dengan hasil ini hendaknya dapat dijadikan pertimbangan pihak manajemen Bank X untuk tetap mempertahankan keseluruhan kualitas jasa *hard* pada fasilitas pelayanan, karena nasabah telah memberikan penilaian yang tinggi pada variabel kualitas jasa *hard*. Strategi yang perlu dilakukan yaitu dengan mempertahankan indikator yang memiliki pengaruh paling dominan yaitu lokasi kantor yang mudah dicapai dengan kendaraan dan lingkungan kantor yang bersih. Manajemen diharapkan dapat mempertahankan lokasi dengan tidak memindah lokasi kantor pelayanan yang strategis dan mempertahankan kebersihan kantor pelayanan dengan baik. Disamping mempertahankan indikator yang dominan, manajer diharapkan dapat meningkatkan kinerja pada indikator yang dinilai paling rendah oleh nasabah yaitu indikator perusahaan berlaku adil kepada setiap nasabah. Diharapkan untuk kedepannya manajemen dapat meningkatkan kesetaraan pelayanan kepada nasabah dan memberikan penjelasan tentang kelas-kelas pelayanan seperti menjadi nasabah biasa atau nasabah prioritas dengan kelebihan dan syarat-syarat yang harus dipenuhi tanpa mengesampingkan kualitas pelayanan kepada nasabah biasa.

c. **Variabel Kepuasan Nasabah**

Kepuasan nasabah adalah perasaan senang karena pelayanan yang diberikan oleh perusahaan telah memenuhi harapan nasabah. Dari hasil jawaban responden yang telah dikumpulkan maka dapat dijelaskan distribusi penilaian responden atas variabel kualitas jasa *hard* seperti pada Tabel 4.9 berikut ini :

Tabel 4.9
Penilaian Variabel Kepuasan Nasabah

Indikator Kepuasan Nasabah	Mean	Kategori
Memilih perusahaan adalah hal yang bijak	3,94	Baik
Menggunakan layanan perusahaan adalah hal yang benar	3,91	Baik
Fasilitas sesuai dengan kebutuhan	3,95	Baik
Rata-rata total penilaian	3,93	Baik

Sumber: Data primer diolah, 2017

Berdasarkan hasil analisis deskriptif seperti pada Tabel 4.9 menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap variabel kepuasan nasabah adalah 3,93 (Baik). Artinya nasabah memberikan penilaian baik pada memilih perusahaan adalah hal yang bijak dengan skor rata-rata 3,94; menggunakan layanan perusahaan adalah hal yang benar dengan skor rata-rata 3,91; dan fasilitas sesuai dengan kebutuhan dengan skor rata-rata 3,95.

Secara keseluruhan responden memberikan penilaian **baik**. Hal ini berarti bahwa nasabah memberikan penilaian yang baik terhadap variabel kepuasan nasabah Bank X, karena berada pada interval 3,92 - 4,29.

Dengan hasil ini hendaknya dapat dijadikan pertimbangan pihak manajemen Bank X untuk tetap mempertahankan kepuasan nasabah, karena nasabah telah memberikan penilaian yang tinggi pada variabel kepuasan nasabah. Strategi yang perlu dilakukan yaitu dengan mempertahankan atau meningkatkan kinerja Bank X agar kepuasan nasabah tetap terjaga atau bahkan meningkat.

d. Variabel Loyalitas Nasabah

Loyalitas merupakan kemungkinan nasabah untuk berperilaku positif mengenai Bank X di masa yang akan datang. Dari hasil jawaban responden yang telah dikumpulkan

maka dapat dijelaskan distribusi penilaian responden atas variabel kualitas jasa *hard* seperti pada Tabel 4.10 berikut ini :

Tabel 4.10
Penilaian Variabel Loyalitas Nasabah

Indikator Loyalitas Nasabah	Mean	Kategori
Mengatakan hal positif tentang Perusahaan kepada orang lain.	3,80	Baik
Menyarankan kerabat untuk melakukan bisnis dengan Perusahaan.	3,66	Baik
Berniat untuk terus melakukan bisnis dengan Perusahaan.	3,66	Baik
Memiliki preferensi yang kuat pada Perusahaan.	3,68	Baik
Mempertimbangkan Perusahaan sebagai bank utama.	3,71	Baik
Rata-rata total penilaian	3,70	Baik

Sumber: Data primer diolah, 2017

Berdasarkan hasil analisis deskriptif seperti pada Tabel 4.10 menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap variabel kepuasan nasabah adalah 3,70 (Baik). Artinya nasabah memberikan penilaian baik pada mengatakan hal positif tentang Perusahaan kepada orang lain dengan skor rata-rata 3,80; menyarankan kerabat untuk melakukan bisnis dengan perusahaan dengan skor rata-rata 3,66; berniat untuk terus melakukan bisnis dengan perusahaan dengan skor rata-rata 3,66; memiliki preferensi yang kuat pada perusahaan dengan skor rata-rata 3,68; dan mempertimbangkan Perusahaan sebagai bank utama dengan skor rata-rata 3,71.

Secara keseluruhan responden memberikan penilaian **baik**. Hal ini berarti bahwa nasabah memberikan penilaian yang baik terhadap variabel loyalitas nasabah Bank X, karena berada pada interval 3,66 - 3,80.

Dengan hasil ini hendaknya dapat dijadikan pertimbangan pihak manajemen Bank X untuk tetap mempertahankan loyalitas nasabah, karena nasabah telah memberikan penilaian yang baik pada variabel loyalitas nasabah. Strategi yang perlu dilakukan yaitu

dengan mempertahankan atau meningkatkan kinerja Bank X agar nasabah tetap setia menggunakan Bank X, menceritakan hal-hal yang baik kepada kerabatnya mengenai Bank X sehingga dapat menjadi media pemasaran yang baik bagi perusahaan tanpa mengeluarkan biaya pemasaran yang banyak.

4.3 Analisis Regresi

Analisis Regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas jasa *soft*, kualitas jasa *hard*, kepuasan nasabah, dan loyalitas nasabah. Dengan analisis regresi ini juga dapat diketahui variabel yang dominan berpengaruh terhadap kualitas jasa *hard*, kepuasan nasabah, dan loyalitas nasabah. Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk menganalisis model I yaitu analisis pengaruh kualitas jasa *soft* terhadap kualitas jasa *hard*. Sedangkan dua model regresi berikutnya yaitu model II dan III yang menggunakan analisis regresi linier berganda yaitu analisis pengaruh kualitas jasa *soft* dan kualitas jasa *hard* terhadap kepuasan nasabah serta analisis pengaruh kualitas jasa *soft*, kualitas jasa *hard*, dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah.

4.3.1 Pengaruh Kualitas Jasa *Soft* terhadap Kualitas Jasa *Hard*

Model regresi linier sederhana untuk kualitas jasa *soft* terhadap kualitas jasa *hard* memiliki formula sebagai berikut:

$$Y = b_1X_1$$

Dalam penelitian ini, untuk menganalisis regresi linier sederhana penulis menggunakan program statistik SPSS versi 23. Berikut hasil analisis regresi linier sederhana model I:

Tabel 4.11
Estimasi Regresi Linier Sederhana Model I

Variabel Independent	Koef. Beta	Sig-t	VIF	Tolerance	Uji Hetero
Kualitas jasa <i>soft</i>	0,702	0,000	1,000	1,000	0,071
<i>Sig-F</i>	0,000				
Uji Kolmogorov	0,001				
<i>Adjusted R Square</i>	0,487				

Depend. Var : Kualitas jasa *hard*

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

4.3.1.1 Uji F

Uji F digunakan untuk melihat signifikansi pengaruh antara variabel independent secara serentak terhadap variabel dependent yaitu dengan membandingkan **Sig-F** yang dihasilkan oleh regresi linier sederhana dengan taraf signifikan sebesar 5% ($\alpha = 0,05$).

Hasil uji F pada Tabel 4.11 diperoleh Sig-F sebesar 0,000. Karena **0,000 < 0,05**, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, atau dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh secara serentak variabel kualitas jasa *soft* terhadap kualitas jasa *hard* pada Bank X.

Dengan demikian hipotesis kedua menyatakan ada pengaruh positif kualitas jasa *soft* secara serentak terhadap kualitas jasa *hard* **dapat didukung**. Artinya semakin baik kualitas jasa *soft* maka kualitas jasa *hard* juga akan semakin baik.

4.3.1.2 Uji t

Pada Tabel 4.11 hasil uji t pada kualitas jasa *soft* diperoleh sig sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak yang berarti terdapat pengaruh secara parsial dan signifikan kualitas jasa *soft* terhadap kualitas jasa *hard* pada Bank X. Hasil ini sama dengan hasil uji F karena dalam model 1 hanya terdapat satu variabel independent saja.

Dengan demikian hipotesis kedua menyatakan ada pengaruh positif kualitas jasa *soft* secara parsial terhadap dimensi kualitas jasa *hard* **dapat didukung**. Artinya semakin baik kualitas jasa *soft* maka kualitas jasa *hard* juga akan semakin baik.

4.3.1.3 Uji Asumsi Klasik Model I

Pengujian yang digunakan dalam asumsi klasik adalah uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji normalitas dan uji linieritas.

1). Uji Multikolinieritas

Dalam menentukan multikolinieritas ini dilakukan dengan pengujian *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai VIF kurang dari 10 dan nilai Tolerance lebih besar dari 0,10 maka hasil model regresi yang diajukan tidak mengandung gejala multikolinieritas. Berdasarkan Tabel 4.11 menunjukkan bahwa variabel independent kualitas jasa *soft* memiliki nilai **VIF 1,000 < 10** dan nilai **Tolerance 1,000 > 0,10**. Dengan demikian maka H_0 diterima yang berarti tidak ada multikolinieritas pada kualitas jasa *soft*. Untuk itu model regresi yang digunakan dalam penelitian ini **tidak mengandung gejala multikolinieritas**.

2). Uji Heteroskedastisitas

Pengujian terhadap heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan analisis uji Glejser yang digunakan dengan meregres nilai absolut residual terhadap variabel independent dengan membandingkan nilai absolut residual dengan taraf signifikansi sebesar 5% ($\alpha=0,05$). Hasil uji heteroskedastisitas model I pada Tabel 4.11 menunjukkan nilai absolut residual **0,071 > 0,05**. Dengan demikian H_0 diterima, artinya **tidak ada heteroskedastisitas** pada nilai residual regresi model I. Berarti data pada regresi linier sederhana model I adalah homoskedastisitas.

3). Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Dalam metode pengujian ini menggunakan taraf signifikansi (α) = 0,05. Pada Tabel 4.11 menunjukkan bahwa taraf signifikansi **0,001 < 0,05**. Dengan demikian H_0 diterima, artinya **tidak ada normalitas data** pada variabel regresi linier sederhana model I atau distribusi data tidak menyebar secara normal.

4). Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat merupakan hubungan linier atau non-linier. Penulis melakukan uji linieritas dengan menggunakan metode uji Lagrange Multiplier (Uji LM). Hasil uji linieritas dapat ditunjukkan pada Tabel 4.12 sebagai berikut:

Tabel 4.12
Uji linieritas Model I

R Square	N	X ² hitung=N*R ²	X ² Tabel (DF=96-2=94)	Keterangan
0,000	96	0	117,63	Linier

Sumber: Data primer diolah, 2017

Berdasarkan Tabel 4.12 hasil uji linieritas diperoleh R² sebesar 0,000 dan jumlah observasi N = 96, sehingga dapat dihitung besarnya X²hitung = 0,000. Nilai *chi square* hitung ini selanjutnya dibandingkan dengan X²tabel, dengan DF=94 adalah sebesar 117,63. Dengan demikian X² hitung < X² Tabel (**0,000<117,63**), sehingga **model regresi memiliki hubungan yang linier** antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Dari hasil enam uji asumsi klasik dapat diketahui bahwa regresi model I tidak terjadi gejala multikolinieritas, tidak terjadi gejala heteroskedastisitas, memiliki distribusi data yang tidak normal, dan memiliki hubungan antar variabel independent dengan dependen yang bersifat linier. Seluruh pengujian terbukti telah memenuhi persyaratan regresi kecuali data yang tidak normal. Karena hanya satu yang tidak memenuhi syarat, penulis menyatakan bahwa regresi bisa ditoleransi untuk digunakan sebagai model penelitian.

4.3.1.4 Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara serentak terhadap variabel tidak bebas dapat dilihat dari besarnya koefisien determinasi atau *Adjusted R²*. Pada Tabel 4.11 menunjukkan besarnya koefisien determinasi (*Adjusted R²*) = 0,487 yang menunjukkan variabel bebas secara bersama-sama mempengaruhi variabel tidak bebas sebesar **48,7%** sisanya sebesar 51,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

4.3.2 Pengaruh kualitas jasa *soft* dan kualitas jasa *hard* terhadap kepuasan nasabah

Model regresi linier berganda untuk kualitas jasa *soft* dan kualitas jasa *hard* terhadap kepuasan nasabah memiliki formula sebagai berikut:

$$Y = b_1X_1 + b_2X_2$$

Dalam penelitian ini, untuk menganalisis regresi linier sederhana penulis menggunakan program statistik SPSS versi 23. Berikut hasil analisis regresi linier berganda model II:

Tabel 4.13
Estimasi Regresi linier Berganda Model II

Variabel Independent	Koef. Beta	Sig-t	r partial	r ² partial	VIF	Tolerance	Uji hetero
Kualitas jasa <i>soft</i>	0,334	0,004	0,290	0,084	1,971	0,507	0,260
Kualitas jasa <i>hard</i>	0,340	0,004	0,295	0,087	1,971	0,507	0,626
<i>Sig-F</i>	0,000						
Normalitas Kolmogorov	0,000						
<i>Adjusted R Square</i>	0,373						

Depend. Var : Kepuasan nasabah

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

4.3.2.1 Uji F

Uji F digunakan untuk melihat signifikansi pengaruh antara variabel independent secara serentak terhadap variabel dependent yaitu dengan membandingkan **Sig-F** yang dihasilkan oleh regresi linier sederhana dengan taraf signifikan sebesar 5% ($\alpha = 0,05$). Hasil uji F pada Tabel 4.13 diperoleh Sig-F sebesar 0,000. Karena **0,000 < 0,05**, maka Ho

ditolak dan H_a diterima, atau dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh secara serempak variabel kualitas jasa *soft* dan kualitas jasa *hard* terhadap kepuasan nasabah pada Bank X. Dengan demikian hipotesis kedua menyatakan : ada pengaruh positif kualitas jasa *soft* dan *hard* secara serentak terhadap kepuasan nasabah **dapat didukung**. Artinya semakin baik kualitas jasa *soft* dan kualitas jasa *hard* maka kepuasan nasabah juga akan semakin baik.

4.3.2.2 Uji t

Pada Tabel 4.13 Hasil uji t pada kualitas jasa *soft* diperoleh sig sebesar **0,004<0,05** dan kualitas jasa *hard* diperoleh sig sebesar **0,004<0,05**. maka H_0 ditolak yang berarti terdapat pengaruh secara parsial dan signifikan kualitas jasa *soft* dan kualitas jasa *hard* terhadap kepuasan nasabah pada Bank X. Dengan demikian hipotesis kedua menyatakan ada pengaruh positif dimensi kualitas jasa *soft* dan kualitas jasa *hard* secara parsial terhadap kepuasan nasabah **dapat didukung**. Artinya semakin baik kualitas jasa *soft* dan kualitas jasa *hard* maka kepuasan nasabah akan semakin meningkat.

4.3.2.3 Uji Asumsi Klasik Model II

Pengujian yang digunakan dalam asumsi klasik adalah uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji normalitas dan uji linieritas.

1). Uji Multikolinieritas

Dalam menentukan multikolinieritas ini dilakukan dengan pengujian *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai VIF kurang dari 10 dan nilai Tolerance lebih besar dari 0,10 maka hasil model regresi yang diajukan tidak mengandung gejala multikolinieritas. Berdasarkan Tabel 4.13 menunjukkan bahwa variabel independent kualitas jasa *soft* dan

kualitas jasa hard sama-sama memiliki nilai **VIF 1,971 < 10** dan nilai **Tolerance 0,507 > 0,10**. Dengan demikian maka H_0 diterima yang berarti tidak ada multikolinieritas pada kualitas jasa *soft* dan kualitas jasa *hard*. Untuk itu model regresi yang digunakan dalam penelitian ini **tidak mengandung gejala multikolinieritas**.

2). Uji Heteroskedastisitas

Pengujian terhadap heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan analisis uji Glejser yang digunakan dengan meregres nilai absolut residual terhadap variabel independent dengan membandingkan nilai absolut residual dengan taraf signifikansi sebesar 5% ($\alpha=0,05$). Hasil uji heteroskedastisitas model II pada Tabel 4.13 menunjukkan nilai absolut residual Kualitas jasa *soft* **0,260 > 0,05** dan nilai absolut residual Kualitas jasa *hard* **0,626 > 0,05**. Dengan demikian H_0 diterima, artinya **tidak ada heteroskedastisitas** pada nilai residual regresi model II. Berarti data pada regresi linier berganda model II adalah homoskedastisitas.

3). Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Dalam metode pengujian ini menggunakan taraf signifikansi (α) = 0,05. Pada Tabel 4.13 menunjukkan bahwa taraf signifikansi **0,000 < 0,05**. Dengan demikian H_0 diterima, artinya **tidak ada normalitas data** pada variabel regresi linier berganda model II atau distribusi data tidak menyebar secara normal.

4). Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat merupakan hubungan linier atau non-linier. Penulis melakukan

uji linieritas dengan menggunakan metode uji Lagrange Multiplier (Uji LM). Hasil uji linieritas dapat ditunjukkan pada Tabel 4.14 sebagai berikut:

Tabel 4.14
Uji linieritas Model II

R Square	N	X²hitung=N*R²	X²Tabel (DF=96-3=93)	Keterangan
0,000	96	0	116,51	Linier

Sumber: Data primer diolah, 2017

Berdasarkan Tabel 4.14 hasil uji linieritas diperoleh R² sebesar 0,000 dan jumlah observasi N = 96, sehingga dapat dihitung besarnya X²hitung = 0,000. Nilai *chi square* hitung ini selanjutnya dibandingkan dengan X²tabel, dengan DF=93 adalah sebesar 116,51. Dengan demikian X² hitung < X² Tabel (**0,000<116,51**), sehingga **model regresi memiliki hubungan yang linier** antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Dari hasil uji asumsi klasik dapat disimpulkan bahwa regresi model II tidak terjadi gejala multikolinieritas, tidak terjadi gejala heteroskedastisitas, memiliki distribusi data yang tidak normal, dan memiliki hubungan antar variabel independent dengan dependen yang bersifat linier. Dengan demikian model regresi tetap dapat digunakan untuk pengujian hipotesis, karena sebagian besar telah lolos uji asumsi klasik.

Seluruh pengujian terbukti telah memenuhi persyaratan regresi kecuali data yang tidak normal. Karena hanya satu yang tidak memenuhi syarat, penulis menyatakan bahwa regresi bisa ditoleransi untuk digunakan sebagai model penelitian.

4.3.2.4 Koefisien Determinasi Berganda

Untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel bebas secara serentak terhadap variabel tidak bebas dapat dilihat dari besarnya koefisien determinasi berganda atau *Adjusted R²*. Pada Tabel 4.13 menunjukkan besarnya koefisien determinasi (*Adjusted R²*)

= 0,373 yang menunjukkan variabel bebas secara bersama-sama mempengaruhi variabel tidak bebas sebesar **37,3%** sisanya sebesar 62,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

4.3.2.5 Koefisien Determinasi Parsial

Pada tabel 4.13 menunjukkan hasil koefisien determinasi parsial (r^2) pada persamaan pertama diketahui pengaruh kualitas jasa *soft* terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar **8,4%** sedangkan pengaruh kualitas jasa *hard* terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar **8,7%**. Dengan demikian variabel kualitas jasa *hard* merupakan variabel yang dominan mempengaruhi kepuasan nasabah dibandingkan dengan variabel kualitas jasa *soft* pada Bank X meskipun tidak begitu besar perbedaannya.

4.3.3 Pengaruh kualitas jasa *soft*, kualitas jasa *hard*, kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah

Model regresi linier berganda untuk kualitas jasa *soft* dan kualitas jasa *hard* terhadap kepuasan nasabah memiliki formula sebagai berikut:

$$Y = b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Dalam penelitian ini, untuk menganalisis regresi linier sederhana penulis menggunakan program statistik SPSS versi 23. Berikut hasil analisis regresi linier berganda model III:

Tabel 4.15
Estimasi Regresi linier Berganda Model III

Variabel Independent	Koef. Beta	Sig-t	r partial	r² partial	VIF	Tolerance	Uji Hetero
Kualitas jasa <i>soft</i>	0,090	0,302	0,108	0,012	2,153	0,465	0,966
Kualitas jasa <i>hard</i>	0,082	0,353	0,097	0,009	2,159	0,463	0,346
Kepuasan nasabah	0,714	0,000	0,701	0,491	1,628	0,614	0,059
<i>Sig-F</i>	0,000						
Normalitas Kolmogorov	0,003						
<i>Adjusted R Square</i>	0,665						

Depend. Var : Loyalitas nasabah

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

4.3.3.1 Uji F

Uji F digunakan untuk melihat signifikansi pengaruh antara variabel independent secara serentak terhadap variabel dependent yaitu dengan membandingkan **Sig-F** yang dihasilkan oleh regresi linier sederhana dengan taraf signifikan sebesar 5% ($\alpha = 0,05$).

Hasil uji F pada Tabel 4.15 diperoleh Sig-F sebesar 0,000. Karena **0,000 < 0,05**, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, atau dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh signifikan secara serentak variabel kualitas jasa *soft*, kualitas jasa *hard*, dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada Bank X.

Dengan demikian hipotesis kedua menyatakan ada pengaruh positif kualitas jasa *soft*, kualitas jasa *hard*, dan kepuasan secara serentak terhadap loyalitas nasabah **dapat didukung**. Artinya semakin baik kualitas jasa *soft*, kualitas jasa *hard*, dan kepuasan nasabah, maka loyalitas nasabah juga akan semakin baik.

4.3.3.2 Uji t

Pada Tabel 4.15 hasil uji t pada kualitas jasa *soft* diperoleh sig sebesar $0,302 > 0,05$ dan kualitas jasa *hard* diperoleh sig sebesar $0,353 > 0,05$ serta kepuasan nasabah diperoleh $0,000 < 0,05$. maka H_0 diterima yang berarti tidak terdapat pengaruh signifikan secara parsial dan signifikan kualitas jasa *soft*, kualitas jasa *hard*, dan loyalitas nasabah terhadap kepuasan nasabah pada Bank X.

Dengan demikian dari Tabel 4.15 dapat dilihat bahwa kualitas jasa *soft* dan kualitas jasa *hard* memiliki pengaruh tidak signifikan melalui variabel kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah. Hipotesis kedua menyatakan ada pengaruh positif dimensi kualitas jasa *soft*, kualitas jasa *hard*, dan kepuasan nasabah secara parsial terhadap loyalitas nasabah **tidak dapat didukung**. Artinya semakin baik kualitas jasa *soft* dan kualitas jasa *hard* tidak mempengaruhi signifikan loyalitas nasabah secara langsung melainkan melalui variabel *intervening* kepuasan nasabah. Artinya semakin nasabah merasakan kepuasan, maka loyalitas nasabah akan semakin meningkat.

4.3.3.3 Uji Asumsi Klasik Model III

Pengujian yang digunakan dalam asumsi klasik adalah uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji normalitas dan uji linieritas.

1). Uji Multikolinieritas

Dalam menentukan multikolinieritas ini dilakukan dengan pengujian *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai VIF kurang dari 10 maka hasil model regresi yang diajukan tidak mengandung gejala multikolinieritas. Berdasarkan Tabel 4.15 menunjukkan bahwa variabel independent kualitas jasa *soft* memiliki nilai **VIF 2,153 <**

10 dan nilai **Tolerance 0,465 > 0,10**; variabel kualitas jasa *hard* **VIF 2,159 < 10** dan nilai **Tolerance 0,463 > 0,10**; dan variabel kepuasan nasabah memiliki nilai **VIF 1,628 < 10** dan nilai **Tolerance 0,614 > 0,10**. Dengan demikian maka H_0 diterima yang berarti tidak ada multikolinieritas pada kualitas jasa *soft*, kualitas jasa *hard*, dan kepuasan nasabah. Untuk itu model regresi yang digunakan dalam penelitian ini **tidak mengandung gejala multikolinieritas**.

2). Uji Heteroskedastisitas

Pengujian terhadap heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan analisis uji Glejser yang digunakan dengan meregres nilai absolut residual terhadap variabel independent dengan membandingkan nilai absolut residual dengan taraf signifikansi sebesar 5% ($\alpha=0,05$).

Hasil uji heteroskedastisitas model III pada Tabel 4.15 menunjukkan nilai absolut residual kualitas jasa *soft* **0,966 > 0,05** dan nilai absolut residual kualitas jasa *hard* **0,346 > 0,05** serta nilai absolut residual kepuasan nasabah **0,059 > 0,05**. Dengan demikian H_0 diterima, artinya **tidak ada heteroskedastisitas** pada nilai residual regresi model II. Berarti data pada regresi linier berganda model II adalah homoskedastisitas.

3). Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Dalam metode pengujian ini menggunakan taraf signifikansi (α) = 0,05. Pada Tabel 4.15 menunjukkan bahwa taraf signifikansi sebesar **0,003 < 0,05**. Dengan demikian H_0 diterima, artinya **tidak ada normalitas data** pada variabel regresi linier berganda model II atau distribusi data tidak menyebar secara normal.

4). Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat merupakan hubungan linier atau non-linier. Penulis melakukan uji linieritas dengan menggunakan metode uji Lagrange Multiplier (Uji LM). Hasil uji linieritas dapat ditunjukkan pada Tabel 4.16 sebagai berikut:

Tabel 4.16
Uji linieritas Model III

R Square	N	X ² hitung=N*R ²	X ² Tabel (DF=96-4=92)	Keterangan
0,000	96	0	115,39	Linier

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan Tabel 4.16 hasil uji linieritas diperoleh R² sebesar 0,000 dan jumlah observasi N = 96, sehingga dapat dihitung besarnya X²hitung = 0,000. Nilai *chi square* hitung ini selanjutnya dibandingkan dengan X²tabel, dengan DF=92 adalah sebesar 115,39. Dengan demikian X² hitung < X² Tabel (**0,000<115,39**), sehingga **model regresi memiliki hubungan yang linier** antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Dari hasil enam uji asumsi klasik dapat diketahui bahwa regresi model III tidak terjadi gejala multikolinieritas, tidak terjadi gejala heteroskedastisitas, memiliki distribusi data yang tidak normal, dan memiliki hubungan antar variabel independent dengan dependen yang bersifat linier. Seluruh pengujian terbukti telah memenuhi persyaratan regresi kecuali data yang tidak normal. Karena hanya satu yang tidak memenuhi syarat, penulis menyatakan bahwa regresi bisa ditoleransi untuk digunakan sebagai model penelitian.

4.3.3.4 Koefisien Determinasi Berganda

Untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel bebas secara serentak terhadap variabel tidak bebas dapat dilihat dari besarnya koefisien determinasi berganda atau *Adjusted R²*. Pada Tabel 4.15 menunjukkan besarnya koefisien determinasi (*Adjusted R²*) = 0,665 yang menunjukkan variabel bebas secara bersama-sama mempengaruhi variabel tidak bebas sebesar **66,5%** sisanya sebesar 33,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

4.3.3.5 Koefisien Determinasi Parsial

Hasil koefisien determinasi parsial (r^2) pada persamaan pertama diketahui pengaruh kualitas jasa *soft* terhadap loyalitas nasabah adalah sebesar 1,2%, kemudian pengaruh kualitas jasa *hard* terhadap loyalitas nasabah adalah sebesar 0,9%, sedangkan pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah adalah sebesar 49,1%. Dengan demikian variabel kepuasan nasabah merupakan variabel yang dominan mempengaruhi kualitas jasa *hard* pada Bank X.

Dari hasil pengujian di atas, hasil tidak signifikan hanya terjadi pada variabel kualitas jasa *soft* dan kualitas jasa *hard* terhadap loyalitas nasabah, berbeda dengan kepuasan nasabah yang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah. Untuk itu penulis melakukan pengujian ulang dengan menghapus variabel kualitas jasa *soft* dan kualitas jasa *hard*. Hasilnya dapat dilihat pada Tabel 4.17.

4.3.4 Pengaruh Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah

Tabel 4.17
Estimasi Regresi linier Berganda Model III Dengan Menghapus 2 Variabel

Variabel Independent	Koef. Beta	Sig-t	VIF	Tolerance	Uji Hetero
Kepuasan nasabah	0,812	0,000	1,000	1,000	0,183
<i>Sig-F</i>	0,000				
Normalitas Kolmogorov	0,000				
<i>Adjusted R Square</i>	0,656				

Depend. Var : Loyalitas nasabah

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

4.3.1.1 Uji F

Uji F digunakan untuk melihat signifikansi pengaruh antara variabel independent secara serentak terhadap variabel dependent yaitu dengan membandingkan **Sig-F** yang dihasilkan oleh regresi linier sederhana dengan taraf signifikan sebesar 5% ($\alpha = 0,05$).

Hasil uji F pada Tabel 4.17 diperoleh Sig-F sebesar 0,000. Karena **0,000 < 0,05**, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, atau dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh secara serempak variabel kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada Bank X.

Dengan demikian hipotesis kedua menyatakan ada pengaruh positif kepuasan nasabah secara serentak terhadap loyalitas nasabah **dapat didukung**. Artinya semakin baik kepuasan nasabah maka loyalitas nasabah juga akan semakin baik.

4.3.4.2 Uji t

Pada Tabel 4.17 hasil uji t pada kualitas jasa *soft* diperoleh sig sebesar **0,000 < 0,05** maka H_0 ditolak yang berarti terdapat pengaruh secara parsial dan signifikan kepuasan

nasabah terhadap loyalitas nasabah pada Bank X. Hasil ini sama dengan hasil uji F karena dalam model 1 hanya terdapat satu variabel independent saja.

Dengan demikian hipotesis kedua menyatakan ada pengaruh positif kepuasan nasabah secara parsial terhadap loyalitas nasabah **dapat didukung**. Artinya semakin baik kepuasan nasabah maka loyalitas nasabah juga akan semakin baik.

4.3.4.3 Uji Asumsi Klasik Model III Dengan Menghapus 2 Variabel

Pengujian yang digunakan dalam asumsi klasik adalah uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji normalitas dan uji linieritas.

1). Uji Multikolinieritas

Dalam menentukan multikolinieritas ini dilakukan dengan pengujian *Variance Inflation Factor* (VIF). Jika nilai VIF kurang dari 10 dan nilai Tolerance lebih besar dari 0,10 maka hasil model regresi yang diajukan tidak mengandung gejala multikolinieritas. Berdasarkan Tabel 4.17 menunjukkan bahwa variabel independent kualitas jasa *soft* memiliki nilai **VIF 1,000 < 10** dan nilai **Tolerance 1,000 > 0,10**. Dengan demikian maka H_0 diterima yang berarti tidak ada multikolinieritas pada kualitas jasa *soft*. Untuk itu model regresi yang digunakan dalam penelitian ini **tidak mengandung gejala multikolinieritas**.

2). Uji Heteroskedastisitas

Pengujian terhadap heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan analisis uji Glejser yang digunakan dengan meregres nilai absolut residual terhadap variabel independent dengan membandingkan nilai absolut residual dengan taraf signifikansi sebesar 5% ($\alpha=0,05$). Hasil uji heteroskedastisitas model III dengan menghapus 2 variabel

pada Tabel 4.17 menunjukkan nilai absolut residual kepuasan nasabah $0,183 > 0,05$. Dengan demikian H_0 diterima, artinya **tidak ada heteroskedastisitas pada nilai residual regresi** model III dengan menghapus 2 variabel. Berarti data pada regresi linier berganda model III dengan menghapus 2 variabel adalah homoskedastisitas.

3). Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Dalam metode pengujian ini menggunakan taraf signifikansi (α) = 0,05. Pada Tabel 4.17 menunjukkan bahwa taraf signifikansi loyalitas nasabah sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian H_0 diterima, artinya **tidak ada normalitas data** pada variabel regresi linier berganda model III dengan menghapus 2 variabel atau distribusi data tidak menyebar secara normal.

4). Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat merupakan hubungan linier atau non-linier. Penulis melakukan uji linieritas dengan menggunakan metode uji Lagrange Multiplier (Uji LM). Hasil uji linieritas dapat ditunjukkan pada Tabel 4.18 sebagai berikut:

Tabel 4.18
Uji linieritas Model III Dengan Menghapus 2 Variabel

R Square	N	$X^2_{hitung} = N * R^2$	X^2_{Tabel} (DF=96-2=94)	Keterangan
0,000	96	0	117,63	Linier

Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan Tabel 4.18 hasil uji linieritas diperoleh R^2 sebesar 0,000 dan jumlah observasi $N = 96$, sehingga dapat dihitung besarnya $X^2_{hitung} = 0,000$. Nilai *chi square* hitung ini selanjutnya dibandingkan dengan X^2_{tabel} , dengan $DF=94$ adalah sebesar

117,63. Dengan demikian X^2 hitung $< X^2$ Tabel ($0,000 < 117,63$), sehingga **model regresi memiliki hubungan yang linier antara variabel bebas dengan variabel terikat.**

Dari hasil uji asumsi klasik dapat disimpulkan bahwa regresi model III dengan menghapus variabel kualitas jasa *soft* dan kualitas jasa *hard* tidak terjadi gejala multikolinieritas, tidak terjadi gejala heteroskedastisitas, memiliki distribusi data yang tidak normal, dan memiliki hubungan antar variabel independent dengan dependen yang bersifat linier. Seluruh pengujian terbukti telah memenuhi persyaratan regresi kecuali data yang tidak normal. Karena hanya satu yang tidak memenuhi syarat, penulis menyatakan bahwa regresi bisa ditoleransi untuk digunakan sebagai model penelitian.

4.3.4.4 Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara serentak terhadap variabel tidak bebas dapat dilihat dari besarnya koefisien determinasi atau *Adjusted R²*. Pada Tabel 4.17 menunjukkan besarnya koefisien determinasi (*Adjusted R²*) = 0,656 yang menunjukkan variabel bebas secara bersama-sama mempengaruhi variabel tidak bebas sebesar **65,6%** sisanya sebesar 34,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

4.4 Pembahasan dan Implikasi

Berdasarkan hasil regresi model I, model II, model III, dan model III dengan menghapus 2 variabel dapat diketahui bahwa secara keseluruhan variabel kualitas jasa *soft* berpengaruh langsung signifikan terhadap kualitas jasa *hard*; kualitas jasa *soft* dan kualitas jasa *hard* berpengaruh langsung signifikan terhadap kepuasan nasabah namun tidak berpengaruh secara langsung dan signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui

kepuasan nasabah sebagai *intervening*; dan kepuasan nasabah yang berpengaruh langsung signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank X.

Dengan mengetahui pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan nasabah dan pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah, maka diharapkan dapat membantu bank X untuk mengelola sumber daya yang dimiliki seoptimal mungkin agar kepuasan nasabah dapat tercapai yang berarti akan mempengaruhi secara signifikan terhadap loyalitas nasabah sehingga Bank X bisa tetap hidup dan tetap menjalankan operasional perbankan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh Auh (2005) menyatakan bahwa kualitas jasa *soft* dapat memperkuat kualitas jasa *hard* namun menolak pernyataan Auh (2005) bahwa kualitas jasa *soft* serta kualitas jasa *hard* dapat mempengaruhi loyalitas nasabah pada Bank X. Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa kualitas jasa *soft* dan kualitas jasa *hard* mempengaruhi loyalitas secara tidak langsung yaitu melalui kepuasan nasabah sebagai variabel *intervening* dimana kepuasan nasabah berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah. Pada kasus ini mendukung penelitian Ganguli *et, al.*, (2011) dan Abu-ELSamen *et, al.*, (2011) tentang adanya pengaruh positif antara kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dan membuktikan hipotesis Sanjit Singh (2015) yang menyatakan bahwa kepuasan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap loyalitas.

Pada hasil regresi model I menunjukkan bahwa kualitas jasa *soft* berpengaruh signifikan positif terhadap kualitas jasa *hard* pada Bank X. Hal ini menunjukkan semakin baik kualitas jasa *soft* maka semakin memperkuat kualitas jasa *hard*. Hasil penelitian ini

sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh Auh (2005), bahwa kualitas jasa *soft* berpengaruh positif terhadap kualitas jasa *hard*.

Pada hasil regresi model II menunjukkan bahwa kualitas jasa *soft* dan kualitas jasa *hard* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank X. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas jasa *soft* dan kualitas jasa *hard* akan mempengaruhi kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Ganguli *et, al.*, (2011) dan Abu-ELSamen *et, al.*, (2011) tentang adanya pengaruh positif antara kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.

Pada hasil regresi model III menunjukkan bahwa kualitas jasa *soft* dan kualitas jasa *hard* berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Bank X namun kepuasan nasabah memiliki pengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Bank X. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas jasa *soft* dan kualitas jasa *hard* tidak mempengaruhi loyalitas nasabah secara signifikan sedangkan semakin tinggi nilai kepuasan nasabah maka akan meningkatkan loyalitas nasabah. Hasil penelitian ini sesuai pembuktian hipotesis Sanjit Singh (2015) yang menyatakan bahwa kepuasan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap loyalitas namun menolak pernyataan Auh (2005) bahwa kualitas jasa *soft* serta kualitas jasa *hard* dapat mempengaruhi loyalitas konsumen pada kasus Bank X.

Implementasinya pihak manajemen Bank X untuk mempertahankan atribut yang memiliki pengaruh yang besar terhadap loyalitas nasabah Bank X dan memperkuat atribut yang memiliki pengaruh paling sedikit terhadap loyalitas Bank X.

Dari hasil penelitian ini, manajemen diharapkan untuk mempertahankan atribut pada variabel *soft* yang memiliki pengaruh dominan yaitu sopan melayani nasabah.

Karyawan perlu untuk selalu mempertahankan kesopanan ketika menghadapi nasabah bagaimanapun kondisi yang dihadapi oleh karyawan.

Disamping mempertahankan atribut yang dominan, manajemen juga diharapkan untuk meningkatkan atribut yang dinilai paling rendah oleh nasabah yaitu dengan meningkatkan atribut dapat menyesuaikan diri dengan karakteristik nasabah. Diharapkan kedepannya karyawan Bank X dapat lebih meningkatkan lagi kemampuan adaptasi dengan berbagai macam karakteristik nasabah yang berbeda-beda dengan kebutuhan nasabah yang berbeda-beda pula.

Pada variabel kualitas jasa *hard* diharapkan manajemen untuk mempertahankan atribut yang memiliki pengaruh dominan yaitu lokasi kantor mudah dicapai. Manajemen diharapkan dapat mempertahankan lokasi dengan tidak memindah lokasi kantor pelayanan yang strategis dan mempertahankan kebersihan kantor pelayanan dengan baik.

Disamping mempertahankan indikator yang dominan, manajer diharapkan dapat meningkatkan kinerja pada indikator yang dinilai paling rendah oleh nasabah yaitu indikator perusahaan berlaku adil kepada setiap nasabah. Diharapkan untuk kedepannya manajemen dapat meningkatkan kesetaraan pelayanan kepada nasabah dan memberikan penjelasan tentang kelas-kelas pelayanan seperti menjadi nasabah biasa atau nasabah prioritas dengan kelebihan dan syarat-syarat yang harus dipenuhi tanpa mengesampingkan kualitas pelayanan kepada nasabah biasa.

Pada variabel kepuasan nasabah diharapkan manajemen untuk mempertahankan atribut yang memiliki pengaruh dominan yaitu fasilitas sesuai dengan kebutuhan.

Nasabah merasa bahwa fasilitas bank secara keseluruhan telah memenuhi kebutuhan dan ekspektasi nasabah sehingga nasabah merasa puas dengan fasilitas yang tersedia.

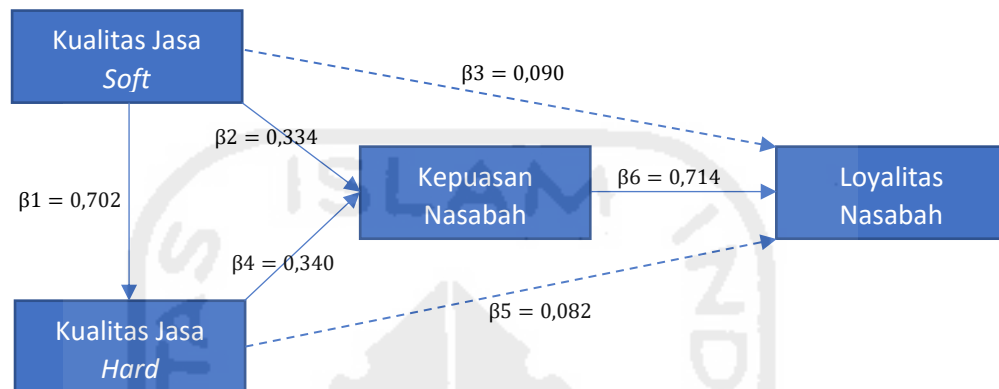
Dan kemudian memperkuat atribut yang dianggap memiliki nilai yang rendah yaitu menggunakan layanan perusahaan adalah hal yang benar. Manajemen diharapkan mampu mengubah persepsi nasabah dan meyakinkan nasabah Bank X bahwa pelayanan jasa perbankan pada Bank X merupakan keputusan yang tepat dan benar.

Kemudian pada variabel loyalitas nasabah diharapkan manajemen untuk mempertahankan atribut yang memiliki pengaruh dominan yaitu mengatakan hal positif tentang perusahaan kepada orang lain. Dengan kesadaran nasabah yang mau mengatakan hal positif tentang Bank X kepada orang lain dengan sukarela dapat membantu manajemen untuk mengurangi biaya pemasaran karena secara tidak langsung menjadi peran yang penting dalam membangun opini yang baik di masyarakat mengenai Bank X. Dengan begitu dapat ditarik kesimpulan bahwa nasabah Bank X merupakan nasabah yang loyal.

Untuk meningkatkan atribut loyalitas nasabah yang dinilai memiliki pengaruh yang paling kecil adalah menyarankan kerabat untuk melakukan bisnis dengan perusahaan dan berniat untuk terus melakukan bisnis dengan perusahaan. Manajemen diharapkan dapat meyakinkan nasabah untuk terus menggunakan layanan perbankan Bank X dan terus melakukan kerjasama dengan Bank X dengan penawaran keuntungan-keuntungan atau reward yang didapat apabila nasabah menjadi nasabah Bank X yang loyal.

Rata-rata total variabel kualitas jasa *soft* adalah 4,13 (Baik), rata-rata total variabel kualitas jasa *hard* 4,08 (Baik), rata-rata total variabel kepuasan nasabah 3,93 (Baik), dan rata-rata total variabel loyalitas nasabah 3,70 (Baik).

Berdasarkan hasil analisis deskriptif dan regresi dapat digambarkan pengaruh kualitas jasa *soft*, kualitas jasa *hard*, dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah Bank X sebagai berikut:



Gambar 4.1

Hasil Penghitungan Pengaruh Total Prediksi Kualitas Jasa *Soft* dan Kualitas Jasa *Hard* terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel *Intervening*

Pada gambar 4.1 pengaruh kualitas jasa *soft* secara langsung terhadap kualitas jasa *hard* adalah sebesar 0,702; pengaruh kualitas jasa *soft* terhadap kepuasan nasabah sebesar 0,334; pengaruh kualitas jasa *soft* terhadap loyalitas nasabah sebesar 0,090; pengaruh kualitas jasa *hard* terhadap kepuasan nasabah sebesar 0,340; pengaruh kualitas jasa *hard* terhadap loyalitas nasabah sebesar 0,082; dan pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah sebesar 0,714.

Pengaruh total variabel kualitas jasa *soft* dan kualitas jasa *hard* terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel *intervening* adalah:

- a. Besarnya pengaruh Kualitas jasa *soft* dan Kualitas jasa *hard* terhadap kepuasan nasabah.

$$\alpha = (\beta_1 \times \beta_4) + \beta_2$$

$$\alpha = (0,702 \times 0,340) + 0,334$$

$$\alpha = 0,573$$

- b. Besarnya pengaruh Kepuasan nasabah terhadap Loyalitas nasabah.

$$Y = \alpha \times \beta_6$$

$$Y = 0,573 \times 0,714$$

$$Y = 0,409$$

Dengan demikian pengaruh total prediksi variabel kualitas jasa *soft* dan kualitas jasa *hard* terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan sebagai variabel *intervening* adalah sebesar = 0,409

