

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Sebagai Variabel *Intervening*

Ni Made Handika Dewi⁽¹⁾

Adityarini Abiyoga VS⁽²⁾

⁽¹⁾⁽²⁾Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Bisnis dan Pariwisata, Universitas Hindu Indonesia,
Jl. Sangalangit, Penatih, Kec. Denpasar Timur, Kota Denpasar, Bali 80238
e-mail: handikadewi1999@gmail.com

Diterima: 27 Agustus 2021

Direvisi: 29 Agustus 2021

Disetujui: 31 Agustus 2021

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine how the influence of service quality and trust on satisfaction and loyalty. This research was conducted at the Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Kekeran in Selanbawak, Tabanan with a research sample of 98 customers. Data collection techniques are observation, interviews, documentation, literature and questionnaires. While the data analysis technique uses PLS analysis techniques. The results showed that service quality had a positive and significant effect on loyalty. Trust has a positive and significant effect on loyalty. Service quality has a positive and significant effect on satisfaction. Trust has a positive and significant influence on satisfaction. Satisfaction has a positive and significant effect on Loyalty. Satisfaction is a partial mediating variable on the effect of service quality on loyalty to LPD Kekeran customers. Satisfaction is a partial mediating variable on the effect of trust on loyalty to LPD Kekeran customers.

Keyword : service quality, trust, satisfaction, loyalty

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan dan loyalitas. Penelitian ini dilakukan di Lembaga Perkreditan Desa (LPD) Kekeran di Selanbawak, Tabanan dengan sampel penelitian sebanyak 98 orang nasabah. Teknik pengumpulan datanya adalah observasi, wawancara, dokumentasi, kepustakaan dan angket. Sedangkan teknik analisis datanya menggunakan teknik analisis PLS. Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Kepercayaan memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan. Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas. Kepuasan merupakan variabel mediasi partial (sebagian) pada pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Loyalitas pada nasabah LPD Kekeran. Kepuasan merupakan variabel mediasi partial (sebagian) pada pengaruh kepercayaan terhadap Loyalitas pada nasabah LPD Kekeran.

Kata kunci : kualitas pelayanan, kepercayaan, kepuasan, loyalitas

Pendahuluan

Secara umum lembaga keuangan dapat di kelompokkan dalam dua bentuk yaitu bank dan bukan bank, dimana perbedaan utama antara kedua lembaga tersebut adalah pada penghimpunan dana. Dalam penghimpunan dana secara tegas disebutkan bahwa bank dapat

menghimpun dana baik secara langsung maupun tidak langsung dari masyarakat sedangkan lembaga keuangan bukan bank hanya dapat menghimpun dana secara tidak langsung dari masyarakat. Lembaga keuangan baik itu bank maupun lembaga keuangan bukan bank mempunyai peran yang sangat penting bagi aktifitas perekonomian. LPD Desa Adat Kekeran merupakan suatu usaha di bidang perbankan yang berorientasi pada bisnis pelayanan selalu ingin mengoptimalkan kualitas pelayanannya untuk memuaskan nasabah yaitu dengan memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah. LPD Desa Adat Kekeran terletak di Banjar Kekeran, Desa Selanbawak, Kecamatan Marga, Kabupaten Tabanan. LPD Desa Adat Kekeran berdiri sejak 9 November 1988 dan hingga kini asetnya telah mencapai 44 milyar rupiah. LPD adalah lembaga ekonomi desa yang dipergunakan untuk penitipan dan penukaran uang di pedesaan. Sehingga pada dasarnya LPD Kekeran berfungsi sebagai pengumpulan dana, pemberi kredit dan menjadi perantara di dalam lalu lintas pembayaran pada umumnya dan merupakan sumber pembiayaan di wilayah desa adat yang ada di Bali.

LPD Kekeran berupaya untuk membuat nasabahnya merasa puas dan nyaman dengan pelayanan yang diberikan jika nasabah sudah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan maka nasabah akan menjadi loyal. Memiliki banyak nasabah dengan loyalitas yang tinggi merupakan sesuatu yang diharapkan oleh suatu perusahaan khususnya demi kemajuan LPD untuk dimasa yang akan datang. Jumlah nasabah tabungan LPD kekeran secara keseluruhan dari tahun 2015 sampai dengan 2020 selalu mengalami peningkatan begitupun dengan deposito mengalami peningkatan dari tahun 2015 sampai dengan tahun 2018 namun terjadi penurunan dari tahun 2018 jumlah nasabah LPD Kekeran sebesar -0.21% dan menurun -13.65% pada tahun berikutnya. Hal ini terjadi dikarenakan kepuasan nasabah yang cenderung menurun akibat pelayanan yang masih kurang optimal. Kredit atau pinjaman yang disalurkan LPD Kekeran kepada masyarakat desa juga terjadi penurunan jumlah nasabah dari tahun 2017 sampai tahun 2020 berturut turut sebesar -6.75%, -5.15% dan -0.91%, penurunan terjadi disebabkan karena pelayanan pinjaman maupun kredit masih belum maksimal dikarenakan proses pencairan kredit yang lama, selain itu nasabah atau masyarakat yang meminjam mengeluh akibat dana yang dipinjam ataupun kredit yang diberikan LPD tergolong rendah oleh karena itu nasabah atau masyarakat memilih untuk meminjam ataupun mencari kredit yang lebih besar. Dari data enam tahun terakhir menunjukkan bahwa nasabah kurang loyal. Jadi saat ini kredit di LPD Kekeran beberapa terakhir ini mengalami arus yang tidak sehat.

Perkembangan tabungan, deposito dan kredit yang ada pada LPD Kekeran. Pada jumlah tabungan dari tahun 2015 sampai tahun 2020 mengalami fluktuasi, pertumbuhan tertinggi

terdapat pada tahun 2016 yaitu bertumbuh sebesar 17,66 persen dari tahun sebelumnya, hal ini dikarenakan pada tahun itu masyarakat melihat perkembangan LPD Kekeran yang sangat pesat dan juga dirasa sangat aman sehingga banyak masyarakat menaruh uang tabunganya disana. Pertumbuhan terendahya terdapat pada tahun 2020 yaitu hanya bertumbuh sebesar 3,46 persen, hal ini dikarenakan beban ekonomi yang semakin tinggi dan penghasilan masyarakat yang berkurang drastis ditengah situasi pandemi Covid-19 yang berlangsung ini membuat masyarakat tidak mampu lagi menyisihkan dana untuk menabung melainkan banyak dari mereka yang malah menggunakan tabunganya untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Untuk deposito pertumbuhan tertinggi terjadi pada tahun 2016 sebesar 33,85 persen dari tahun sebelumnya karena masyarakat sudah semakin peduli dengan perkembangan LPD yang mereka miliki dan mereka percaya dengan kemampuan LPD menjaga dananya sehingga masyarakat mendepositokan dana yang mereka miliki di LPD Kekeran. Kemudian pertumbuhan terendahya terdapat pada tahun 2018 yaitu sebesar 8,22 persen hal ini dikarenakan pada saat itu banyak masyarakat yang mulai berbisnis dan berinvestasi di bidang lain sehingga menarik dana deposito yang mereka miliki. Pertumbuhan kredit di LPD Desa Kekeran ini bisa dilihat tidak terlalu bagus karena jumlahnya yang terus menerus menurun. Dimana seperti yang terlihat pada tahun 2020 permintaan kredit menurun hingga 18,03 persen. hal ini terjadi karena kepercayaan masyarakat terhadap LPD Kekeran semakin berkurang dimana masyarakat menilai LPD Kekeran yang seharusnya membantu masyarakat tidak mau menurunkan bunga kredit yang mereka miliki dan tidak ada subsidi untuk nasabah yang memiliki kredit dan terdampak pandemi Covid-19. Hal ini berbeda dengan Bank milik pemerintah yang memangkas bunga kredit dan memberikan keringanan bagi nasabah yang memiliki kredit.

Permasalahan bunga kredit ini pula yang menyebabkan masyarakat kurang puas dengan keberadaan LPD di tengah masyarakat pada saat ini dimana LPD Kekeran dianggap belum mampu untuk membantu masyarakat sehingga loyalitas nasabah dalam menggunakan jasa LPD Kekeran menurun. Dari segi kualitas pelayanan, meskipun memiliki fasilitas fisik yang baik dan sangat modern, nasabah merasa terdapat beberapa hal yang harus diperbaiki dari segi pelayanan yang dimiliki pihak LPD. Nasabah merasa bahwa kehandalan yang dimiliki pegawai LPD belum optimal. Hal itu terlihat dari lambatnya antrean berjalan pada jam jam sibuk. Dari segi daya tanggap, pihak LPD juga tidak dengan sigap menanggapi keluhan nasabah dan hanya mengatakan akan menampung keluhan yang ada. Tidak optimalnya kualitas pelayanan yang ada pada akhirnya membuat nasabah menjkadi tidak puas dan kehilangan loyalitas terhadap LPD Kekeran. Selain kualitas pelayanan terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas

nasabah salah satunya adalah kepercayaan. Dari observasi awal masalah kepercayaan nasabah terjadi dikarenakan kemampuan LPD dalam menangani nasabah terutama dalam menerima keluhan yang dirasa tidak optimal.

Selain itu dari segi integritas pihak LPD dianggap terlalu boros dan tidak transparan dalam menggunakan laba yang diperolehnya. Hal ini terutama pada saat pertanggungjawaban pembangunan kantor LPD baru yang menghabiskan dana sebesar 7,5 milyar pada tahun 2018. Permasalahan mengenai kualitas pelayanan dan kepercayaan tak hanya menghilangkan loyalitas yang dimiliki melainkan juga mengikis kepuasan yang dimiliki nasabah. Selain itu permasalahan kepuasan juga terlihat dari tidak sesuai ekspektasi nasabah tentang bunga kredit yang diterapkan. LPD yang seharusnya dapat membantu masyarakatnya malah membebani masyarakat dengan bunga kredit yang lebih tinggi dibandingkan bunga yang ditawarkan bank milik pemerintah. Hal ini pula yang membuat banyak nasabah kredit beralih untuk menggunakan kredit yang ditawarkan bank lainya. Kurang puasnya nasabah akan apa yang mereka dapatkan di LPD Kekeran menyebabkan berkurangnya loyalitas yang mereka miliki dalam menggunakan jasa LPD Kekeran.

Dari permasalahan diatas didapatkan rumusan masalah 1) Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada LPD Kekeran, di Selanbawak, Tabanan? 2) Bagaimanakah pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah pada LPD Kekeran di Selanbawak, Tabanan? 3) Bagaimanakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pada LPD Kekeran di Selanbawak, Tabanan? 4) Bagaimanakah pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pada LPD Kekeran di Selanbawak, Tabanan? 5) Bagaimanakah pengaruh kepuasan terhadap loyalitas nasabah pada LPD Kekeran di Selanbawak, Tabanan? 6) Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan sebagai variabel intervening pada LPD Kekeran di Selanbawak, Tabanan? 7) Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan sebagai variabel intervening pada LPD Kekeran di Selanbawak, Tabanan?

Griffin dalam Trisusanti (2017:8) menyatakan bahwa loyalitas lebih mengacu pada wujud perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terus menerus terhadap barang atau jasa dari suatu perusahaan yang dipilih. Loyalitas adalah komitmen yang dipegang mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai dimasa depan meski situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih (Kotler dan Keller, 2015).

Menurut Irawan (2012) kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan yang sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Pengertian lain dari kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil produk dan harapan-harapannya.

Menurut Sunyoto (2012), kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen, yaitu adanya kesesuaian antara harapan dengan persepsi manajemen, adanya kesesuaian antara persepsi atas harapan konsumen dengan standar kerja karyawan, adanya kesesuaian antara standar kerja karyawan dengan pelayanan yang diberikan dengan pelayanan yang dijanjikan dan adanya kesesuaian antara pelayanan yang diterima dengan yang diharapkan dengan konsumen.

Menurut Keller dan Kotler (2012: 1 25) kepercayaan adalah suatu komponen kognitif dari faktor psikologis. Kepercayaan berkaitan dengan keyakinan, yaitu sesuatu yang salah atau benar atas dasar sugesti, intuisi, otoritas, pengalaman, dan bukti yang ada. Morman (dalam Mohammad Sony Zakiyuddin Arif, 2020: 5) mewujudkan bahwa kepercayaan merupakan keinginan untuk bergantung kepada seseorang penjual yang dipercaya. Melakukan sebuah transaksi sebagai online kepercayaan melihat suatu hal mereka yang berpatisipasi mendapatkan sebuah keunggulan dari pihak tersebut dan bisa melakukan sebuah kewajibannya secara langsung.

Berdasarkan kajian teoritik dan penelitian sebelumnya yang dijadikan bahan referensi dalam penelitian ini, dirumuskan hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah

Penelitian yang dilakukan oleh Pramana (2016) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas hal ini sejalan dengan penelitian Maylina (2018) yang menunjukkan bahwa bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Apabila nasabah merasakan jasa yang diberikan kepada mereka baik dan sesuai apa yang mereka harapkan maka pelanggan atau nasabah akan loyal dan tidak akan berpindah kepada perusahaan lain.

H₁ : Diduga Kualitas Pelayanan Mempunyai Pengaruh Positif dan Signifikan terhadap Loyalitas Nasabah

2. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah

Penelitian yang dilakukan Arif (2020) menyatakan bahwa variabel kepercayaan memiliki hubungan positif dan mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas, hal ini juga sejalan dengan penelitian Razak (2018) yang menunjukkan bahwa bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Jika nasabah memiliki kepercayaan yang kuat terhadap pihak pemberi layanan maka mereka akan loyal terhadap perusahaan tersebut.

H₂ : Diduga Kepercayaan Mempunyai Pengaruh Positif dan Signifikan terhadap Loyalitas Nasabah

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan

Penelitian yang dilakukan oleh Zulkarnain, (2020) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah hal ini sejalan dengan penelitian Kurniawan (2020) yang menyatakan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Kualitas pelayanan yang baik akan dapat memberikan kepuasan tersendiri bagi pengguna layanan tersebut.

H₃ : Diduga Kualitas Pelayanan Mempunyai Pengaruh Positif dan Signifikan terhadap Kepuasan

4. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan

Penelitian yang dilakukan oleh Zakiy (2017) menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan, serta penelitian sejalan dengan (Diza, 2016) menunjukkan kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Hal ini juga berlaku pada industri perbankan. Jika nasabah merasa apa yang telah dilakukan pihak penyedia jasa sudah sesuai apa yang mereka janjikan maka nasabah akan percaya dan puas dibuatnya

H₄ : Diduga Kepercayaan Mempunyai Pengaruh Positif dan Signifikan terhadap Kepuasan

5. Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah

Penelitian yang dilakukan oleh Yuniarta (2019) yang menyatakan bahwa kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan Yendra (2017) dan Mahayasa dan Martayanti (2020) yang menunjukan bahwa kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini juga akan secara tidak langsung dapat menumbuhkan loyalitas nasabah pada pihak pemberi jasa tersebut.

H₅ : Diduga Kepuasan Mempunyai Pengaruh Positif dan Signifikan terhadap Loyalitas Nasabah

6. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening

Penelitian yang dilakukan yang menyatakan variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan menunjukkan bahwa kepuasan dapat memediasi hubungan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dengan hasil positif. Dan penelitian yang dilakukan oleh Arif (2020) tentang kualitas pelayanan yang menyatakan bahwa ada hubungan positif antara kualitas pelayanan pada loyalitas melalui kepuasan dan memiliki pengaruh yang signifikan. Kualitas pelayanan yang baik akan membuat nasabah puas dan hal itu tentu akan menumbuhkan loyalitas nasabah.

H_6 : Diduga Kepuasan Mempunyai Pengaruh Positif dan Signifikan memediasi Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas.

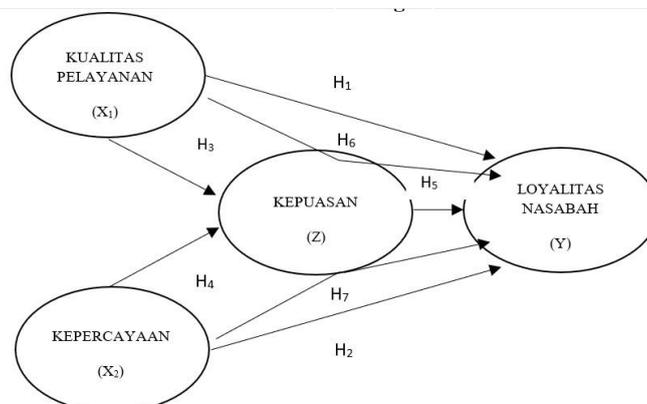
7. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening

Penelitian yang dilakukan yang menyatakan variabel kepercayaan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan menunjukkan bahwa kepuasan dapat memediasi hubungan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dengan hasil positif. Penelitian yang dilakukan oleh Arif (2020) tentang kepercayaan yang menyatakan bahwa ada hubungan positif antara kepercayaan pada loyalitas melalui kepuasan dan memiliki pengaruh yang signifikan.

H_7 : Diduga Kepuasan Mempunyai Pengaruh Positif dan Signifikan memediasi Kepercayaan terhadap Loyalitas.

Metode Penelitian

Terdapat dua variabel bebas yaitu kualitas pelayanan (X_1), kepercayaan (X_2), dan variabel terikat loyalitas (Y) serta variabel intervening yaitu kepuasan (Z).



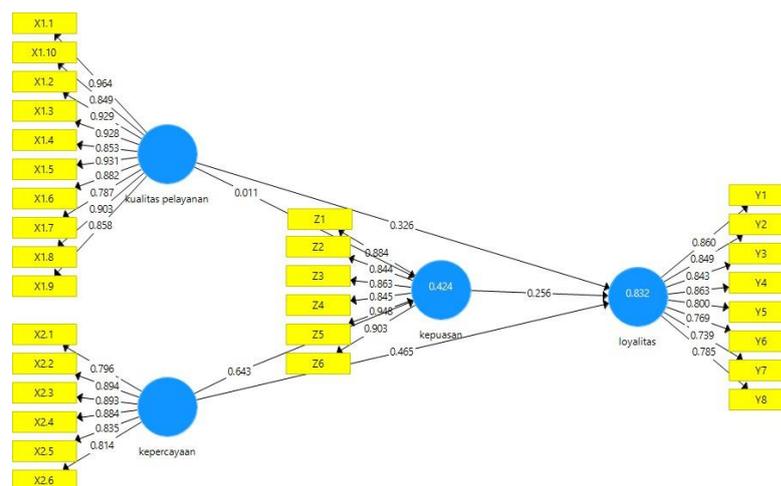
Gambar 1. Kerangka Berpikir

Sumber : Arif, 2020 dan Zaky, 2017

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah yang menggunakan produk atau jasa pada LPD Keeran total populasinya adalah 5.844 orang. Pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 98 orang responden. Data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data tersebut dikumpulkan dengan wawancara langsung melalui kuesioner yang didesain untuk memperoleh data. Disamping itu, dipergunakan pula sejumlah data sekunder yang dikumpulkan melalui hasil observasi dan kepustakaan untuk mendukung ataupun memperkaya hasil analisis dalam penelitian ini. Data penelitian dikumpulkan dengan instrumen berupa kuesioner yang disebarluaskan secara langsung kepada responden. Instrumen penelitian yang digunakan terlebih dahulu diuji dengan uji validitas dan uji reliabilitas. Selanjutnya teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis PLS.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

1. Evaluasi *Outer Model* (Model Pengukuran)



Gambar 2 Hasil Pengukuran Outer Moder

karena seluruh nilai *outer loading* > 0,60 (nilai *original sample*), dan disamping itu seluruh nilai *inter loading* adalah signifikan pada level 0.05, maka seluruh indikator telah memenuhi syarat valid dari kriteria *convergent validity*.

Tabel 1. Uji *Composite Reliability* dan *Cronbach Alpha*

| Konstruk | Composite Reliability | Cronbachs Alpha |
|---------------------------|-----------------------|-----------------|
| Kualitas Pelayanan | 0,941 | 0,925 |
| Kepercayaan | 0,954 | 0,942 |
| Kepuasan | 0,947 | 0,970 |
| Loyalitas | 0,940 | 0,927 |

Sumber : Data diolah 2021

Tabel 1 menunjukkan bahwa nilai *composite reliability* dan *Cronbach Alpha* seluruh konstruk telah menunjukkan nilai lebih besar dari 0.70 sehingga memenuhi syarat reliabel berdasarkan kriteria *composite reliability*.

2. Path Analisis dan Pengujian Hipotesis

Tabel 2 Path Analisis dan Pengujian Statistik

| Konstruk | Original Sample (O) | Sample Mean (M) | Standard Error (STERR) | T Statistics (O/STERR) | P Values | Keterangan |
|---------------------------------|---------------------|-----------------|------------------------|--------------------------|----------|------------|
| Kualitas Pelayanan -> Kepuasan | 0.011 | 0.115 | 0.100 | 2.196 | 0.031 | Signifikan |
| Kualitas Pelayanan -> Loyalitas | 0.329 | 0.330 | 0.068 | 4.829 | 0.000 | Signifikan |
| Kepercayaan -> Kepuasan | 0.643 | 0.642 | 0.097 | 6.620 | 0.000 | Signifikan |
| Kepercayaan -> Loyalitas | 0.630 | 0.631 | 0.064 | 9.886 | 0.000 | Signifikan |
| Kepuasan -> Loyalitas | 0.256 | 0.256 | 0.051 | 4.978 | 0.000 | Signifikan |

Sumber : Data diolah 2021

Tabel 2 menunjukkan bahwa :

- 1). Kualitas pelayanan berpengaruh positif sebesar 0,011 terhadap kepuasan, dan hubungan tersebut signifikan pada level 0,05, karena nilai t-Statistik lebih besar dari 1.96 yakni sebesar 2.196.
- 2). Kualitas pelayanan berpengaruh positif sebesar 0,329 terhadap loyalitas, dan hubungan tersebut signifikan pada level 0,05, karena nilai t-Statistik lebih besar dari 1.96 yakni sebesar 4.829.
- 3). Kepercayaan berpengaruh positif sebesar 0.329 terhadap kepuasan, dan hubungan tersebut signifikan pada level 0,05, karena nilai t-Statistik lebih besar dari 1.96 yakni sebesar 6.620.
- 4). Kepercayaan berpengaruh positif sebesar 0,630 terhadap loyalitas, dan hubungan tersebut signifikan pada level 0,05, karena nilai t-Statistik lebih besar dari 1.96 yakni sebesar 9.886.
- 5). Kepuasan berpengaruh positif sebesar 0,256 terhadap loyalitas, dan hubungan tersebut signifikan pada level 0,05, karena nilai t-Statistik lebih besar dari 1.96 yakni sebesar 4.978.

3. Pengaruh Mediasi Yang Dianalisis Meliputi Analisis *Direct* Dan *Indirect* Effect**Tabel 3 Hubungan langsung dan hubungan tak langsung**

| Konstruk | Original Sample (O) | Sample Mean (M) | Standard Error (STERR) | T Statistics (O/STERR) | P Values | Keterangan |
|---|---------------------|-----------------|------------------------|-------------------------|----------|------------|
| Kualitas Pelayanan -> Loyalitas | 0.329 | 0.330 | 0.068 | 4.829 | 0.000 | Signifikan |
| Kepercayaan -> Loyalitas | 0.630 | 0.631 | 0.064 | 9.886 | 0.000 | Signifikan |
| Kualitas Pelayanan -> Kepuasan -> Loyalitas | 0.303 | 0.298 | 0.087 | 3,029 | 0.000 | Signifikan |
| Kepercayaan -> Kepuasan -> Loyalitas | 0.164 | 0.164 | 0.040 | 4.103 | 0.000 | Signifikan |

Sumber : Data diolah 2021

Berdasarkan tabel 3 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa :

1. Hubungan langsung kualitas pelayanan → loyalitas menunjukkan hasil yang signifikan dan hubungan tidak langsung kualitas pelayanan → kepuasan → loyalitas juga menunjukkan hasil yang signifikan yang berarti berdasarkan kriteria kepuasan merupakan mediasi sebagian (partial mediation) antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas.
2. Hubungan langsung kepercayaan → loyalitas menunjukkan hasil yang signifikan dan hubungan tidak langsung kepercayaan → kepuasan → loyalitas juga menunjukkan hasil yang signifikan yang berarti berdasarkan kriteria kepuasan merupakan mediasi sebagian (partial mediation) antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas.

Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas

Hasil analisis data menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif sebesar 0,329 terhadap loyalitas, dan hubungan tersebut signifikan pada level 0,05, karena nilai P value sebesar 0,000 dan nilai t-Statistik lebih besar dari 1.96 yakni sebesar 4.829. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas. Hasil analisis memiliki makna bahwa semakin meningkatnya kualitas pelayanan maka semakin meningkat pula loyalitas. Hasil ini sejalan menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Pramana (2016) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas hal ini sejalan dengan penelitian Maylina (2018) yang menunjukkan bahwa bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

2. Pengaruh Kepercayaan Terhadap loyalitas

Hasil analisis data menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif sebesar 0,630 terhadap loyalitas, dan hubungan tersebut signifikan pada level 0,05, karena nilai P value sebesar 0,000 dan t-Statistik lebih besar dari 1.96 yakni sebesar 9.886. Kepercayaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas. Hasil analisis memiliki makna bahwa semakin meningkatnya kepercayaan maka semakin meningkat pula loyalitas. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Arif (2020) menyatakan bahwa variabel kepercayaan memiliki hubungan positif dan mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas, hal ini juga sejalan dengan penelitian Razak (2018) yang menunjukkan bahwa bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

3. Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan

Hasil analisis data menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif sebesar 0,011 terhadap kepuasan, dan hubungan tersebut signifikan pada level 0,05 karena nilai P *Values* sebesar sebesar 0,031. Dan nilai t-Statistik sebesar 2.196. kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan. Hasil analisis memiliki makna bahwa semakin meningkatnya kualitas pelayanan maka semakin meningkat pula kepuasan. Hasil penelitian ini secara umum mampu menjawab hipotesis yang telah ada sebelumnya diantaranya penelitian yang dilakukan Zulkarnain, (2020) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah hal ini sejalan dengan penelitian Kurniawan (2020) yang menyatakan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan.

4. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan

Hasil analisis data menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif sebesar 0,643 terhadap kepuasan, dan hubungan tersebut signifikan pada level 0,05, karena nilai P value sebesar 0,000 dan t-Statistik lebih besar dari 1.96 yakni sebesar 6.620. Kepercayaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan. Hasil analisis memiliki makna bahwa semakin meningkatnya kepercayaan maka semakin meningkat pula kepuasan. Hasil ini sejalan menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Zakiy (2017) menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan, serta penelitian sejalan dengan (Diza, 2016) menunjukkan kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan.

5. Pengaruh Kepuasan Terhadap loyalitas

Hasil analisis data menunjukkan bahwa kepuasan berpengaruh positif sebesar 0,256 terhadap loyalitas, dan hubungan tersebut signifikan pada level 0,05, karena nilai P value sebesar 0,000 dan t-Statistik lebih besar dari 1.96 yakni sebesar 4.978. Kepuasan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas. Hasil analisis memiliki makna bahwa semakin meningkatnya kepuasan maka semakin meningkat pula loyalitas. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yuniarta (2019) yang menyatakan bahwa kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Hal ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan Yendra (2017) yang menunjukkan bahwa kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

6. Kepuasan memediasi pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Loyalitas

Analisis peran mediasi melalui metode pemeriksaan dalam penelitian ini atas konstruk kepuasan terhadap hubungan antara kualitas pelayanan dan loyalitas menemukan bahwa kepuasan merupakan variabel mediasi sebagian (partial) karena hasil pengolahan data menunjukkan bahwa nilai dari variabel mediasi (kepuasan) memiliki pengaruh yang signifikan sama dengan variabel lainnya sehingga dapat dikatakan dalam hal ini kepuasan merupakan variabel mediasi sebagian. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dapat mendorong peningkatan loyalitas dengan bantuan dari kepuasan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Arif (2020) tentang kualitas pelayanan yang menyatakan bahwa ada hubungan positif antara kualitas pelayanan pada loyalitas melalui kepuasan dan memiliki pengaruh yang signifikan.

7. Kepuasan memediasi pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas

Analisis peran mediasi melalui metode pemeriksaan dalam penelitian ini atas konstruk kepuasan terhadap hubungan antara kepercayaan dan loyalitas menemukan bahwa kepuasan merupakan variabel mediasi sebagian (partial) karena hasil pengolahan data menunjukkan bahwa nilai dari variabel mediasi (kepuasan) memiliki pengaruh yang signifikan sama dengan variabel lainnya sehingga dapat dikatakan dalam hal ini kepuasan merupakan variabel mediasi sebagian. Hasil ini menunjukkan bahwa kepercayaan dapat mendorong peningkatan loyalitas dengan bantuan dari kepuasan. Hal ini sejalan dengan penelitian Arif (2020) tentang kepercayaan yang menyatakan bahwa ada hubungan positif antara kepercayaan pada loyalitas melalui kepuasan dan memiliki pengaruh yang signifikan.

Simpulan

Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pada nasabah LPD Kekeran. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas pada nasabah LPD Kekeran. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pada nasabah LPD Kekeran. Kepercayaan memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pada nasabah LPD Kekeran. Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas pada nasabah LPD Kekeran. Kepuasan merupakan variabel mediasi partial (sebagian) pada pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Loyalitas pada nasabah LPD Kekeran. Kepuasan merupakan variabel mediasi partial (sebagian) pada pengaruh kepercayaan terhadap Loyalitas pada nasabah LPD Kekeran.

Saran penelitian ini sebaiknya pihak LPD lebih berani memberikan jaminan kepada nasabah bahwa uang mereka akan tetap aman. LPD Kekeran menumbuhkan kepercayaan dengan bekerjasama dengan lembaga keuangan lain seperti BPD. Sebaiknya pihak LPD lebih memperhatikan lagi produk yang mereka berikan dan menginformasikan kepada nasabah ketika ada perubahan dalam hal produk.

Daftar Pustaka

- Arif. 2020. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Produk Tabungan Emas Pegadaian. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)* Volume 8 Nomor 2 – Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya
- Andesra, Yuli, 2016, “Peran Kualitas Pelayanan Dalam Membangun Kepercayaan Dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Simpang Empat”, *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, Vol. 4. No. 2. Hal. 139-150.
- Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Diza, F., Moniharapon, S., & Imelda, W. J. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal EMBA. Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 4 (1).
- Eri setiawan, Sari, Endang Kartika, Maria Magdalena Minarsih, and Edward Gagah Pt. 2016. Analisis Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Motivasi, Kualitas Kehidupan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan. *Journal of Management* 2(2).
- Flavian dan Giunaliu. 2015:14. Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan dan Komitmen terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Henan PutihRai Asset Management. *Jurnal Ilmiah dan Bisnis*. Vol. 1. No. 1:9-21.
- Frizky Yuniarta, dkk. 2019. Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Pengiriman Paket Pada PT. JNE Express Cabang Jember dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, 2019, Volume VI (1) : 152-158
- Griffin, (2010). *A First Look at Communication Theory*. 8th edition. Boston:McGraw Hill.
- Bungin Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Edisi Ketujuh. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Pelayanan dan Bauran Pemasaran terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening (Studi Pada KSU SYARIAH AN NUR Tawang Sari Sukoharjo). *PROBANK Vol. 19 No. 20*.
- Indriantoro, Nur., dan Supomo, Bambang. (2013). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Kotler Dan Keller, (2015), *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi 13, Jakarta: Erlangga
- Kurniawan, I., & Shihab, M. S. (2015). Pengaruh Nilai Nasabah, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Hubungan Terhadap Kepuasan Nasabah Serta Implikasinya Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya Vol.13 No.2*.
- Lupiyoadi,R. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.
- Mahayasa, I. G. A., & Martayanti, N. M. P. (2020). Analysis Of The Influence Of Member's Commitment And Satisfaction On Loyalty Of Cooperative Members. *Warmadewa Management and Business Journal (WMBJ)*, 2(1), 48-55.
- Nursalam. 2017. *Metodologi Penelitian Ilmu Keperawatan: Pendekatan Praktis*. (P. P. Lestari, Ed.) (4th ed). Jakarta: Salemba Medika.
- Oliver. (2015). *Sosial Media ROI : Mengelola dan Mengukur Penggunaan Media Sosial pada Organisasi Anda*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Permata, C. R. (2017). *Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Palembang*
- Pramana dan Ni Made Rastini. 2016. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepercayaan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Veteran Denpasar Bali. *Jurnal Manajemen*. Vol.5, No.1.
- Razak, Sarpan Sarpan, Ramlan Ramlan (2018) Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Motivasi dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan di PT. ABC Makassar
- Riduwan, dan Engkos Achmad Kuncoro. 2017. *Cara Menggunakan dan Memakai Path Analysis (Analisis Jalur)*. Bandung: Alfabeta.
- Saputra, Roby Ben dan Alwie, Alvi Purwanti. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Riau Kepri cabang Siak. *Jurnal Tepak Manajemen*. Vol. VII. No. 2: 285-294
- Sondakh, Conny. 2014. Kualitas Layanan, Citra Merek dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Tabungan (Studi Pada Nasabah Taplus BNI Cabang Manado). *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*. Vol, 3. No. 1: 19-32.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung : Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2001. *Strategi Pemasaran* Edisi Kedua Cetakan Kelima. Yogyakarta: Andi Offset
- Trisusanti, Yelli. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pekanbaru). *Jurnal Online Mahasiswa (JOM)*. Vol. 4. No. 2: 1-16
- Pramana I Gede Yogi dan Ni Made Rastini. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Cabang Veteran Denpasar Bali. *E-Jurnal Manajemen Unud*. Vol. 5. No.1. 706-733.