

**THE EFFECT OF SERVICE QUALITY AND INTEREST RATE ON CUSTOMER LOYALTY WITH
CREDIT LOAN INTEREST AS A MEDIATION VARIABLE
(Studi Kasus Pada KTA Sistem Payroll CIMB Niaga Gayamsari)**

Wahid Hasyim¹⁾, Aziz Fathoni, SE, MM²⁾, Leonardo Budi H, SE, MM³⁾

1) Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pandanaran Semarang

2,3) Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Pandanaran Semarang

ABSTRAK

Membeli bunga atau bunga pinjaman adalah dorongan bagi seseorang atau kelompok untuk membeli sesuatu sesuai dengan apa yang mereka butuhkan. Sedangkan loyalitas pelanggan adalah pembelian kembali merek yang konsisten oleh pelanggan. Faktor-faktor yang menentukan bunga kredit dan loyalitas pelanggan dalam penelitian ini adalah dua variabel: kualitas layanan dan tingkat suku bunga. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan tingkat bunga terhadap pinjaman dan tingkat bunga di CIMB Niaga Gayamsari Semarang. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Gayamsari pelanggan CIMB Niaga. Sampel dalam penelitian ini menggunakan 100 responden. Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel menggunakan accidental sampling, pengumpulan data dengan kuesioner dan metode analisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil analisis menggunakan SPSS versi 20 yang menyatakan bahwa: dalam menguji validitas semua variabel dinyatakan tidak valid, hasil yang diperoleh bunga kredit dan loyalitas memiliki $t > t$ tabel (1,660) dan f hitung $> F$ tabel (3,09), dengan hipotesis signifikan menguji nilai signifikan $< 0,05$, (f hitung bunga pinjaman 298,054, 238,168 f hitung loyalitas pelanggan) dengan koefisien determinasi dan variabel kualitas layanan suku bunga pinjaman dengan bunga 85,7% dan sisanya 14,3% dipengaruhi oleh faktor lain, sedangkan determinasi pada loyalitas pelanggan 82,7% dan 17,3% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata kunci: Kualitas Layanan, Tingkat Bunga

ABSTRACTION

Buying interest or loan interest is an encouragement for someone or a group to buy things according to what they need. While the customer loyalty is repurchasing a consistent brand by customers. The factors that determine credit interest and customer loyalty in this study are two variables: quality of service and the level of interest rates. The purpose of this study was to analyze the influence of the quality of services and the interest rate on the loan and the interest rate at CIMB Niaga Gayamsari Semarang. The population in this study is the customer Gayamsari CIMB Niaga customers. The sample in this study using 100 respondents. In this study, the sampling technique uses accidental sampling, data collection with questionnaires and methods of analysis using multiple linear regression. Results of analysis using SPSS version 20 which states that: in testing the validity of all the variables declared invalid, the results obtained credit interest and loyalty have $t > t$ table (1.660) and f count $> F$ table (3.09), with significant hypothesis testing significant value < 0.05 , (f calculate interest loans 298.054, 238.168 f calculate customer loyalty) with a coefficient of determination and service quality variable interest rate loan with an interest of 85.7% and the remaining 14.3% is influenced by other factors, whereas determination on customer loyalty 82.7% and 17.3% influenced by other factors.

Keywords: Quality of Service, the Interest Rate

PENDAHULUAN

Pertumbuhan ekonomi suatu negara dapat dilihat dengan pertumbuhan industri perbankan yang ada dalam negara tersebut. Semakin berkembang industri perbankan maka semakin baik pula pertumbuhan ekonomi di negara itu sendiri. Bank adalah satu usaha jasa yang menawarkan berbagai kebutuhan masyarakat akan jasa pelayanan keuangan, maka usaha jasa perbankan selain mengedepankan profesionalisme dalam pelayanan kepada masyarakat sebagai nasabah, juga harus mengedepankan kepercayaan, karena dapat dikatakan bahwa industri perbankan adalah merupakan industri yang menjual kepercayaan kepada masyarakat sebagai nasabahnya.

Usaha perbankan adalah usaha yang sangat menguntungkan bagi kelangsungan perekonomian di masyarakat. Dalam meningkatkan nasabah yang akan menggunakan jasa perbankan, maka setiap bank berlomba-lomba dalam meningkatkan kualitas pelayanan. Karena Kualitas pelayanan menurut Nasution (2004), adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Semakin baik kualitas pelayanan maka semakin tinggi loyalitas nasabah dalam bertransaksi menggunakan jasa bank. Bank CIMB Niaga termasuk salah satu industri jasa yang bergerak dalam bidang keuangan. Bank CIMB Niaga merupakan salah satu bank swasta yang mampu memberikan *service excellence* kepada nasabah.

Dengan menempati peringkat kelima dari sepuluh. Hal ini mengharuskan Bank CIMB Niaga untuk dapat meningkatkan kualitas jasa demi mencapai peringkat yang lebih baik dimasa yang akan datang. Untuk memenuhi harapan tersebut CIMB Niaga harus mampu menawarkan kualitas pelayanan yang lebih baik bagi nasabah yaitu dengan meminimalisir ketidak sesuaian kinerja pelayanan terhadap harapan nasabah atas jasa yang akan mereka gunakan. CIMB Niaga sebagai bank dengan layanan terbaik. Begitu juga dengan CIMB Niaga Gamyamsari yang berusaha mewujudkan visi ini dengan upaya peningkatan kemampuan layanan para karyawan yang berhubungan langsung dengan nasabah melalui training yang

dilakukan dari dalam maupun dari luar CIMB Niaga. Dengan adanya kualitas pelayanan dan tingkat suku bunga tujuan utama adalah meningkatkan loyalitas nasabah bagi perencanaan pasar strategi dijadikan dasar pengembangan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Di CIMB Niaga tingkat suku bunga pinjaman yang ditawarkan kepada nasabah yaitu 5jt-25 jt dengan suku bunga 1,59%, sedangkan untuk pinjaman sebesar 25jt – 250 jt sebesar 0,99%. Menurut Subagyo (2010) berpendapat bahwa : “Loyalitas nasabah merupakan pembelian ulang sebuah merek secara konsisten oleh nasabah.” Faktor-faktor diatas sangat berpengaruh terhadap peningkatan jumlah nasabah yang ada di CIMB Niaga Gayamsari. Berikut ini adalah tabel jumlah nasabah CIMB Niaga Gayamsari dalam kurun waktu lima tahun terakhir.

Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah ;

- a. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat pinjaman kredit di CIMB Niaga Gayamsari?
- b. Apakah tingkat suku bunga berpengaruh terhadap minat pinjaman kredit di CIMB Niaga Gayamsari ?
- c. Apakah kualitas pelayanan dan suku bunga secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat pinjaman kredit di CIMB Niaga Gayamsari ?
- d. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di CIMB Niaga Gayamsari ?
- e. Apakah tingkat suku bunga berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di CIMB Niaga Gayamsari ?
- f. Apakah kualitas pelayanan dan suku bunga secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di CIMB Niaga Gayamsari ?
- g. Apakah minat pinjaman kredit berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah di CIMB Niaga Gayamsari ?

Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengkaji pengaruh kualitas pelayanan dan tingkat suku bunga terhadap loyalitas nasabah dengan minat pinjaman kredit sebagai variable mediasi (studi kasus pada KTA sistem payroll CIMB Niaga Gayamsari).

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan menurut Nasution (2004), adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Tingkat Suku Bunga

Tingkat suku bunga adalah harga yang harus dibayar untuk meminjam uang dalam jangka waktu tertentu. Tingkat suku bunga penting karena apabila suku bunga tinggi orang harus membayar mahal untuk meminjam uang dan hal ini akan berakibat menurunnya jumlah investasi. Atmosfer

Minat Kredit

Berdasarkan pendapat para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa minat beli merupakan suatu dorongan bagi seseorang atau kelompok untuk membeli sesuatu sesuai dengan apa yang dibutuhkannya. Minat beli merupakan tahapan awal dalam melakukan tindakan pembelian. hal seperti itu juga terjadi dalam usaha perbankan baik dalam kegiatan penyimpanan uang, peminjaman uang atau dalam menggunakan jasa-jasa perbankan lainnya dimana juga di karenakan pemenuhan akan kebutuhan yang dimiliki.

Loyalitas Nasabah

Menurut Subagyo (2010) berpendapat bahwa : "Loyalitas nasabah merupakan pembelian ulang sebuah merek secara konsisten oleh nasabah." Selanjutnya Dick dan Basu dalam Umar (2003) mengemukakan bahwa : Loyalitas nasabah sebagai komitmen nasabah terhadap suatu merek dan pemasok, berdasarkan sikap yang positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten.

Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap pertanyaan dalam penelitian. Adapun hipotesis yang diajukan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

H1 :Kualitas pelayanan berpengaruh positif yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap minat pinjaman kredit CIMB Niaga Gayamsari.

H2 : Tingkat suku bunga berpengaruh positif yang signifikan antara tingkat suku bunga terhadap minat pinjaman kredit CIMB Niaga Gayamsari.

H3 :Kualitas pelayanan dan tingkat suku bunga secara bersama-sama berpengaruh positif yang signifikan antara kualitas pelayanan dan tingkat suku bunga terhadap minat pinjaman kredit CIMB Niaga Gayamsari.

H4 :Kualitas pelayanan berpengaruh positif yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabahCIMB Niaga Gayamsari.

H5 :Tingkat suku bunga berpengaruh positif yang signifikan antara tingkat suku bunga terhadap loyalitas nasabah CIMB Niaga Gayamsari.

H6 :Kualitas pelayanan dan tingkat suku bunga secara bersama-sama berpengaruh positif yang signifikan antara kualitas pelayanan dan tingkat suku bunga terhadap loyalitas nasabahCIMB Niaga Gayamsari.

H7 : Minat pinjaman kredit berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah di CIMB Niaga Gayamsari.

METODE PENELITIAN

Variabel Penelitian

Variabel Penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono,2012). Dalam penelitian ini variabel yang digunakan adalah variabel independen (X) yaitu kualitas pelayanan (X1) dan tingkat suku bunga (X2) dan variabel dependen (Y) yaitu pinjaman kredit(Y1) dan loyalitas nasabah(Y2).

Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono

2005). Dalam penelitian ini populasi yang diambil penulis adalah nasabah KTA sistem payroll Bank CIMB Niaga Gayamsari Tahun 2015 sebanyak 4.148 orang. Penentuan jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini, penulis menggunakan rumus Slovin. Dengan jumlah populasi 4.148 pengunjung, maka jumlah sampel diperoleh sebesar 98 responden, akan tetapi penulis mengambil responden 100 orang.

Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data kualitatif yang kemudian di olah menjadi data kuantitatif dengan Angka jawaban responden tidak dimulai dari angka 0, melainkan dari angka 1 hingga 5. Hal ini tentunya dikarenakan setiap responden mempunyai pandangan yang berbeda dengan responden lainnya. Untuk setiap jawaban kuisioner yang diberikan oleh responden akan menjadi data kualitatif yang kemudian di olah menjadi data kuantitatif.

Sumber Data

- Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber pertama (Indriantoro & Supomo, 2011). Metode yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data primer yaitu melalui wawancara, penyebaran kuisioner dan observasi secara langsung kepada individu atau perorangan. Dalam penelitian ini, data diambil dari kuisioner yang diisi langsung oleh responden nasabah CIMB Niaga.
- Merupakan data yang diambil secara tidak langsung dari sumbernya, tetapi hasil data olahan dari pengambilan data primer. Data sekunder dalam penelitian ini antara lain diambil dari penelitian terdahulu, literatur-literatur, media cetak (surat kabar dan majalah), dan media elektronik (internet).

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah :

- Wawancara adalah cara pengumpulan data dengan jalan tanya jawab sepihak yang dikerjakan secara sistematis dan berlandaskan tujuan penelitian (Marzuki, 2005). Wawancara juga digunakan untuk memperluas pandangan

peneliti tentang data- data lain yang tidak terformulasi dalam kuisioner.

2. Kuisioner dapat berupa pertanyaan/ pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet (Sugiyono, 2007). Kuisioner merupakan metode pengumpulan data dengan cara memberikan daftar pertanyaan kepada responden untuk dijawab, yaitu : identitas responden dan tanggapan tentang kualitas pelayanan dan tingkat suku bunga terhadap minat pinjaman kredit dan loyalitas nasabah CIMB Niaga.

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi analisis dekriptif, analisis kuantitatif dan uji kualitas data (validitas dan reliabilitas), uji asumsi klasik (multikolonieritas), analisis regresi linier berganda, pengujian *goodness of fit* (uji t) serta koefisien determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner. Suatu kuisioner dikatakan valid jika pertanyaan kuisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut. Berikut hasil perhitungan uji validitas dengan menggunakan SPSS:

Hasil Uji Validitas

Indikator	R hitung	R tabel	Keterangan
X1.1	0,787	0,197	Valid
X1.2	0,784	0,197	Valid
X1.3	0,689	0,197	Valid
X1.4	0,787	0,197	Valid
X1.5	0,792	0,197	Valid
X2.1	0,832	0,197	Valid
X2.2	0,792	0,197	Valid
X2.3	0,631	0,197	Valid
X2.4	0,821	0,197	Valid
X2.5	0,801	0,197	Valid
X3.1	0,721	0,197	Valid
X3.2	0,662	0,197	Valid
X3.3	0,640	0,197	Valid
X3.4	0,776	0,197	Valid
Y1.1	0,723	0,197	Valid

Y1.2	0,694	0,197	Valid
Y1.3	0,661	0,197	Valid
Y1.4	0,757	0,197	Valid

Sumber : Data yang diolah 2019

Berdasarkan dari hasil uji validasi diatas dapat diketahui bahwa semua pernyataan/ indikator variable kualitas pelayanan, tingkat suku bunga, minat kredit dan loyalitas nasabah terbukti valid, karena dari hasil jawaban responden pada semua pernyataan dengan hasil korelasi skor total yang didapat signifikan, yaitu nilai sig.< 0,05.

Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat dipercaya atau yang dapat diandalkan (Singarimbun, 2005). Penghitungan reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan *Cronbach's Alpha*. Pengujian reliabilitas pada taraf signifikan yang digunakan adalah (α) = 5%. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0,06 (Nunnally dalam Ghozali, 2009).

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Ket.
X1	0,810 > 0,60	Reliabel
X2	0,811 > 0,60	Reliabel
Y1	0,808 > 0,60	Reliabel
Y2	0,810 > 0,60	Reliabel

Sumber : Data yang diolah 2019

Berdasarkan hasil uji reliabilitas diatas maka bisa diketahui bahwa nilai *cronbach's alpha* kualitas pelayanan 0,810, tingkat sukubunga 0,811, minat kredit 0,808 dan loyalitas nasabah 0,810, semua variabel mempunyai nilai *cronbach's alpha* > 0,60 sehingga dapat dikatakan indikator yang digunakan oleh variabel kualitas pelayanan, tingkat suku bunga, minat kredit dan loyalitas nasabah dalam penelitian ini adalah reliabel / dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat ukur variabel.

Analisis Regresi

Persamaan model regresi dapat diketahui dengan menggunakan Program SPSS 20,0 sebagai berikut :

Hasil Perhitungan Regresi Model Pertama

Coefficients ^a		
Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	2.110	.574
Kualitas pelayanan	.394	.052
Tingkat suku bunga	.301	.054

a. Dependent Variable: minat pinjaman kredit

Sumber : Data yang diolah 2019

Hasil perhitungan regresi model pertama Sehingga persamaan linier dari hasil regresi dua variabel X terhadap minat pinjaman kredit adalah $Y = 2,110 + 0,394X + 0,301X + e$

Hasil Perhitungan Regresi Model Kedua

Coefficients ^a		
Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	2.278	.637
Kualitas pelayanan	.394	.058
Tingkat suku bunga	.299	.060

a. Dependent Variable: loyalitas nasabah

Sumber : Data yang diolah 2019

Sehingga persamaan linier dari hasil regresidua variabel X terhadap loyalitas nasabah adalah $Y = 2,278 + 0,390X + 0,299X + e$

Hasil Perhitungan Regresi Model Ketiga

Coefficients ^a		
Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	.091	.242
Minat pinjaman kredit	.998	.015

a. Dependent Variable: loyalitas nasabah

Sumber : Data yang diolah 2019

Sehingga persamaan linier dari hasil regresi minat pinjaman kredit terhadap loyalitas nasabah adalah $Y = 0,091 + 0,998Y + e$

Uji t

Uji t Model Pertama

Coefficients ^a		
Model	t	Sig.
(Constant)		
Kualitas pelayanan	7.545	,000
Tingkat suku bunga	5.544	,000

a. Dependent Variable: minat pinjaman kredit

Uji t Model Kedua

Coefficients ^a		
Model	t	Sig.
(Constant)		
Kualitas pelayanan	6,728	,000
Tingkat suku bunga	4,973	,000

a. Dependent Variable: loyalitas nasabah

Uji t Model Ketiga

Coefficients ^a		
Model	t	Sig.
(Constant)		
Minat pinjaman kredit	6.728	,000

a. Dependent Variable: loyalitas nasabah

Berdasarkan hasil uji – t yang dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 20 dari tabel diatas, hasil uji tingkat suku bunga dan kualitas pelayanandiperoleh sig < 0,05 dan t hitung < dari t tabel, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. H1: Dari hasil perhitungan t-hitung (7,545) >t-tabel (1,660) atau sig t 0,000< 0,05, dengan demikian Ha diterima. Maka dapat disimpulkan ada pengaruh positif yang signifikan antara tingkat suku bunga terhadap minat pinjaman kredit di CIMB Niaga Gayamsari. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa tingkat suku bunga merupakan faktor yang mempengaruhi minat kredit.
2. H2 : Dari hasil perhitungan t-hitung (5,544) >t-tabel (1,660) atau sig t 0,000< 0,05, dengan demikian Ha diterima. Maka dapat disimpulkan ada pengaruh positif yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap minat pinjaman kredit di CIMB Niaga Gayamsari. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor yang mempengaruhi minat kredit.

3. H4 : Dari hasil perhitungan t-hitung (6,728) >t-tabel (1,660) atau sig t 0,000< 0,05, dengan demikian Ha diterima. Maka dapat disimpulkan ada pengaruh positif yang signifikan antara tingkat suku bunga terhadap loyalitas nasabah di CIMB Niaga Gayamsari. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa tingkat suku bunga merupakan faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah.
4. H5 : Dari hasil perhitungan t-hitung (4,973) >t-tabel (1,660) atau sig t 0,000< 0,05, dengan demikian Ha diterima. Maka dapat disimpulkan ada pengaruh positif yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah di CIMB Niaga Gayamsari. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah.
5. H7 :Dari hasil perhitungan t-hitung (6,728) >t-tabel (1,661) atau sig t 0,000< 0,05, dengan demikian Ha diterima. Maka dapat disimpulkan ada pengaruh positif yang signifikan antara minat pinjamn kredit terhadap loyalitas nasabah di CIMB Niaga Gayamsari.

Uji F

Dapat diketahui dengan menggunakan Program SPSS seperti pada table

Tabel Uji F model 1

ANOVA ^a		
Model	F	Sig.
Regression	298.054	,000 ^b
Residual		
Total		

a. Dependent Variable: minat pinjaman kredit
b. Predictors: (Constant), kualitas pelayanan, tingkat suku bunga

Sumber : Data primer yang diolah 2019

Tabel Uji F model 2

ANOVA ^a		
Model	F	Sig.
Regression	38.168	,000 ^b
Residual		
Total		

a. Dependent Variable: loyalitas nasabah
b. Predictors: (Constant), kualitas pelayanan, tingkat suku bunga

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan hasil uji F didapatkan nilai untuk Y sebesar 298,054 dengan tingkat signifikansi 0,000. Adapun nilai untuk Y sebesar 238,168 dengan tingkat signifikansi 0,000. Nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka model regresi yang digunakan sudah fit baik untuk Y dan Y. Disamping itu Hasil perhitungan statistic menunjukkan bahwa hasil uji F model pertama $F_{hitung} > F_{table}$ ($298,054 > 3,09$) begitu pula hasil uji F model kedua di peroleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($238,168 > 3,09$) dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa secara simultan

Tabel Uji F model 3

ANOVA ^a		
Model	F	Sig.
Regression	4330.259	,000 ^b
Residual		
Total		
a. Dependent Variable: loyalitas nasabah		
b. Predictors: (Constant), minat pinjaman kredit		

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Dari hasil perhitungan F-hitung (4330,259) $> F_{tabel}$ (3,94) atau sig F (0,000) $< 0,05$, dengan demikian ada pengaruh positif yang signifikan antara minat pinjaman kredit terhadap loyalitas nasabah di CIMB Niaga Gayamsari, hal ini dikarenakan loyalitas nasabah di CIMB Niaga Gayamsari, yang meningkat dapat dicapai apabila semakin baik minat pinjaman kredit.

Koefisien Determinasi (R Square)

Koefisien determinasi dapat diketahui dengan menggunakan Program SPSS seperti pada table

Hasil Koefisien Determinasi Terhadap Minat Kredit

Model Summary ^b	
Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
.857	1.000
a. Predictors: (Constant), tingkat suku bunga, kualitas pelayanan	
b. Dependent Variable: minat kredit	

Sumber : Data primer yang diolah 2019

Berdasarkan hasil tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai adjusted r square sebesar

0,857, yang artinya variabel tingkat suku bunga dan kualitas pelayanan mampu menjelaskan minat kredit pada CIMB Niaga Gayamsari sebesar 85,7% dan sisanya 14,3% minat kredit dipengaruhi selain tingkat suku bunga dan kualitas pelayanan.

Hasil Koefisien Determinasi Terhadap Loyalitas Nasabah

Model Summary ^b	
Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
.827	1.110
a. Predictors: (Constant), tingkat suku bunga, kualitas pelayanan	
b. Dependent Variable: loyalitas nasabah	

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan hasil tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai adjusted r square sebesar 0,827, yang artinya variabel tingkat suku bunga dan kualitas pelayanan mampu menjelaskan loyalitas nasabah pada CIMB Niaga Gayamsari sebesar 82,7% dan sisanya 17,3% loyalitas nasabah dipengaruhi selain tingkat suku bunga dan kualitas pelayanan.

Hasil Koefisien Determinasi Variabel Mediasi

Model Summary ^b	
Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
.978	.399
a. Predictors: (Constant: minat kredit	
b. Dependent Variable: loyalitas nasabah	

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan hasil tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai *adjusted r square* sebesar 0,978, yang artinya variabel minat pinjaman kredit mampu menjelaskan loyalitas nasabah pada CIMB Niaga Gayamsari sebesar 97,8% dan sisanya 2,2% loyalitas nasabah dipengaruhi selain minat pinjaman kredit.

Kesimpulan

1. Ada Pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap minat pinjaman kredit pada CIMB Niaga sistem payroll yaitu diperoleh nilai t hitung untuk variabel kualitas pelayanan terhadap minat kredit menunjukkan nilai t hitung = 7,545 dan t table = 1,660 dengan signifikansi 0,000. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, nilai signifikansi tersebut

- lebih kecil dari 0,05 dengan arah koefisien positif dan t hitung $>$ t table ($7,545 > 1,660$), artinya H_0 berada di area penolakan dan H_a diterima, dengan demikian diperoleh pembuktian bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat kredit di CIMB Niaga.
2. Ada Pengaruh positif dan signifikan antara tingkat suku bunga terhadap minat kredit pada CIMB Niaga sistem payroll yaitu diperoleh nilai t hitung untuk variabel tingkat suku bunga terhadap minat kredit menunjukkan nilai t hitung = 5,544 dan t table = 1,660 dengan signifikansi 0,000. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 dengan arah koefisien positif dan t hitung $>$ t table ($5,544 > 1,660$), artinya H_0 berada di area penolakan dan H_a diterima, dengan demikian diperoleh pembuktian bahwa tingkat suku bunga memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap minat kredit di CIMB Niaga.
 3. Ada Pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada CIMB Niaga sistem payroll yaitu diperoleh nilai t hitung untuk variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah menunjukkan nilai t hitung = 6,728 dan t table = 1,660 dengan signifikansi 0,000. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 dengan arah koefisien positif dan t hitung $>$ t table ($6,728 > 1,660$), artinya H_0 berada di area penolakan dan H_a diterima, dengan demikian diperoleh pembuktian bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap loyalitas nasabah di CIMB Niaga.
 4. Ada Pengaruh positif antara tingkat suku bunga terhadap loyalitas nasabah pada CIMB Niaga sistem payroll yaitu diperoleh nilai t hitung untuk variabel tingkat suku bunga terhadap loyalitas nasabah menunjukkan nilai t hitung = 4,973 dan t table = 1,660 dengan signifikansi 0,000. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 dengan arah koefisien positif dan t hitung $>$ t table ($4,973 > 1,660$), artinya H_0 berada di area penolakan dan H_a diterima, dengan demikian diperoleh pembuktian bahwa tingkat suku bunga memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap loyalitas nasabah di CIMB Niaga.
 5. Ada Pengaruh positif antara minat pinjaman kredit terhadap loyalitas nasabah pada CIMB Niaga sistem payroll yaitu diperoleh nilai t hitung untuk variabel minat pinjaman kredit terhadap loyalitas nasabah menunjukkan nilai t hitung = 6,728 dan t table = 1,661 dengan signifikansi 0,000. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 dengan arah koefisien positif dan t hitung $>$ t table ($6,728 > 1,661$), artinya H_0 berada di area penolakan dan H_a diterima, dengan demikian diperoleh pembuktian bahwa minat pinjaman kredit memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap loyalitas nasabah di CIMB Niaga.
 6. Hasil perhitungan statistik menunjukkan bahwa hasil uji F model pertama yaitu dua variabel kualitas pelayanan dan tingkat suku bunga terhadap minat kredit di Bank CIMB Niaga Gayamsari F hitung $>$ F table ($298,054 > 3,09$) begitu pula hasil uji F model kedua antaradua variabel kualitas pelayanan dan tingkat suku bunga terhadap loyalitas nasabah di Bank CIMB Niaga Gayamsari di peroleh nilai F hitung $>$ F tabel ($238,168 > 3,09$) dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa secara simultan kualitas pelayanan dan tingkat suku bunga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap minat kredit dan loyalitas nasabah di CIMB Niaga Gayamsari pada kasus KTA sistem payroll. Sedangkan F hitung minat pinjaman kredit sebesar 4330,259 dengan F tabel sebesar 3,94 jadi ($4330,259 > 3,94$) dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa secara simultan minat pinjaman kredit mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah di CIMB Niaga Gayamsari pada kasus KTA sistem payroll.
 7. Dari hasil analisis menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Square* adalah sebesar 0,857 untuk minat kredit; dan 0,827 untuk loyalitas pelayanan. sehingga dapat disimpulkan bahwa kemampuan variabel kualitas pelayanan pada variabel dependen minat kredit adalah

sebesar 85,7% dan sisanya sebesar 14,3% dipengaruhi oleh variabel lain. Adapun untuk kualitas pelayanan dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen loyalitas nasabah adalah sebesar 82,7% dan sisanya sebesar 17,3% dipengaruhi oleh variabel lain. Dan dari hasil koefisien determinasi minat pinjaman kredit terhadap loyalitas nasabah dapat diketahui bahwa nilai adjusted r square sebesar 0,978, yang artinya variabel minat pinjaman kredit mampu menjelaskan loyalitas nasabah pada CIMB Niaga Gayamsari sebesar 97,8% dan sisanya 2,2% loyalitas nasabah dipengaruhi selain minat pinjaman kredit.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Parasuraman, Valerie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry. 1988. "Servqual: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality". *Journal of Retailing*. Vol 64 (1) pp 12-37.
- Christopher H. Lovelock, Jochen Wirtz & Patricia Chew. 2012. *Essentials of Service Marketing*. 2nd Edition. Singapore: Prentice Hall Published.
- Griffin, Jill. 2003. *Customer Loyalty : Menumbuhkan Dan Mempertahankan Pelanggan*. Penerbit Erlangga Jakarta.
- Huriyanti, Ratih. 2005. *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*. Penerbit Alfabeta: Bandung.
- Indrianto, Nur dan Supomo, Bambang, 2002, *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*, BPFE, Yogyakarta
- Kamus Bahasa Indonesia. 2008. Edisi Keempat. Jakarta: Pusat Bahasa DEPDIKNAS,
- Kotler, 2008. *American Society For Quality Control*. Jakarta. PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Jakarta, PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Lamb, Chales W., Hair, Joseph F., and McDaniel, Carl. 2001. *Pemasaran*. Alih bahasa David Octavaria. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat& A. Hamdani. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi kedua, Jakarta, Salemba Empat.
- Philip Kotler and Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management*, 14th Edition. New Jersey: Prentice Hall Published, 2012.
- Ramli, 2012, *Ilmu Administrasi Negara*, FISIP; Lab. Otoda, Universitas Tribhuwana Tungadewi, Malang.
- Ramli Bisomu. 2013. *Pengertian Pelayan Publik*
- Ratminto dan Atik Winarsih. 2005, *Manajemen Pelayanan*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta
- Sarwono, Jonathan. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Suardi, Rudi. 2003. *Sistem Manajemen Mutu ISO 9000: 2000 Penerapannya untuk mencapai TQM*. Cetakan Kedua. Jakarta: Penerbit PPM.
- Supranto. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Cetakan Ketiga. Rineka Cipta: Jakarta.
- Swastha, Basu. 2002. *Azas-Azas Pemasaran*, Yogyakarta, Liberty.
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Malang: Bayu Media Publishing. Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa.