

PENGARUH SUKU BUNGA, KUALITAS PELAYANAN, LOKASI TERHADAP KEPERCAYAAN YANG BERIMPLIKASI KEPADA LOYALIAS NASABAH DI BPR NUSAMBA CEPIRING UNGARAN

Leonardo Budi Hasiolan SE MM¹ Sutadi²

¹ Staf Pengajar Program Studi Manajemen, ² Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi, Universitas Pandanaran

ABSTRACT

Customer confidence is all the knowledge of the consumer and all the conclusions made consumers about the objects, attributes and benefits. While customer loyalty is a behavioral impulse to buy repeatedly and to build kesetiaan customers to a product or service produced by the company. The factors that determine customer confidence and loyalty in this study are the three variables, namely: interest rates, quality of service and location. BPR Nusamba Cepiring Ungaran a banking business that was established in 1990. The purpose of this study was to analyze the influence of interest rates, quality of service and location of the customer confidence and loyalty BPR Nusamba Cepiring Ungaran.

The population in this study is the BPR customers Nusamba Cepiring Ungaran. The sample in this study using 99 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 result of customer confidence and loyalty BPR Nusamba Cepiring have $t > t$ table (1.661) and f count $> F$ table (2.70), testing significant hypotheses with significant value < 0.05 , (f count customer confidence 292.298, 271.683 f calculate customer loyalty) with a coefficient of determination variable interest rates, quality of service and customer confidence locations with 89.9% and the remaining 10.1% influenced by another factor, while the determination on customer loyalty 89.8% and 10.8% influenced by other factors.

Keywords: Interest Rate, Quality of Service, Location

ABSTRAK

Keyakinan pelanggan adalah semua pengetahuan konsumen dan semua kesimpulan membuat konsumen tentang objek, atribut dan manfaatnya. Sedangkan loyalitas pelanggan adalah dorongan perilaku untuk membeli berulang kali dan membangun kesetiaan pelanggan terhadap suatu produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan. Faktor yang menentukan kepercayaan dan loyalitas pelanggan dalam

penelitian ini adalah tiga variabel, yaitu: suku bunga, kualitas pelayanan dan lokasi. BPR Nusamba Cepiring Ungaran merupakan bisnis perbankan yang didirikan pada tahun 1990. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh suku bunga, kualitas pelayanan dan lokasi kepercayaan pelanggan dan loyalitas BPR Nusamba Cepiring Ungaran.

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan BPR Nusamba Cepiring Ungaran. Sampel dalam penelitian ini menggunakan 99 responden. Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel menggunakan accidental sampling, pengumpulan data dengan kuesioner dan metode analisis dengan menggunakan regresi linier berganda.

Hasil analisis menggunakan SPSS versi 20 yang menyatakan bahwa: dalam menguji keabsahan semua variabel dinyatakan tidak valid, hasil kepercayaan dan loyalitas pelanggan BPR Nusamba Cepiring memiliki t tabel (1.661) dan f hitung > F tabel (2,70),

Kata Kunci : Tingkat Bunga, Kualitas Layanan, Lokasi

PENDAHULUAN

Seiring dengan pesatnya pertumbuhan perekonomian dan bisnis baik didunia maupun di Indonesia, bisnis perbankan tumbuh semakin beraneka ragam jenisnya. Bank merupakan lembaga keuangan yang memegang peranan penting dalam perekonomian suatu negara. Bank sebagai lembaga keuangan berfungsi untuk menghimpun dan menyalurkan dana kepada masyarakat dalam rangka meningkatkan pertumbuhan ekonomi, pemerataan dan stabilitas nasional menuju kearah kesejahteraan masyarakat. Dewasa ini bisnis perbankan semakin banyak, diantaranya bank milik pemerintah, bank milik swasta yang diantaranya adalah bank

perkreditan rakyat atau yang sering disebut BPR. Salah satu BPR yang ada di Indonesia adalah BPR Nusamba Cepiring cabang Ungaran. Suku bunga yang ditetapkan akan berdampak terhadap perilaku nasabah bank. Bunga yang diberikan oleh bank akan menarik nasabah untuk melakukan penyimpanan uangnya di bank. Kepercayaan merupakan salah satu dimensi dari *relationship marketing* untuk menentukan sejauh mana yang dirasakan suatu pihak mengenai integritas dan janji yang ditawarkan pihak lain. Pengukuran kepercayaan menurut Zulganef (2002:98) adalah kinerja perusahaan secara keseluruhan memenuhi harapan, pelayanan yang diberikan perusahaan secara konsisten

terjaga kualitasnya, percaya bahwa perusahaan tersebut akan bertahan lama. Pelayanan yang diberikan oleh perbankan adalah jenis pelayanan jasa, dimana pelayanan adalah sebagai suatu aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dan karyawan atau hal-hal yang disediakan organisasi pemberi pelayanan yang dimaksud untuk memecahkan permasalahan masyarakat yang dilayani (Gronroos 2001:27). Pelayanan jasa yang baik akan meningkatkan kepercayaan nasabah kepada badan usahatersebut. Usaha perbankan dalam memajukan usahanya selain faktor suku bunga dan pelayanan, faktor lain yang tidak kalah penting yaitu lokasi. Penentuan lokasi bank tidak bias dilakukan secara sembarangan, tetapi harus memperhatikan beberapa faktor (Kasmir, 2004:164). Lokasi dikatakan strategi apabila memenuhi beberapa faktor diantaranya kantor tersebut dekatdengan kawasan industry, pasar, perkantoran ataupun perumahan. Lokasi usaha yang strategis juga akan membuat kepercayaan nasabah semakin tinggi. Kepercayaan terhadap mereka terbentuk dari pengalaman

masa lalu dan interaksi sebelumnya. Suatu pengalaman konsumsi dapat didefinisikan sebagai kesadaran dan perasaan yang dialami konsumen selama pemakaian produk atau jasa (Sunarto, 2006:236). Maka penulis tertarik untuk meneliti mengenai pengaruh suku bunga, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepercayaan yang berimplikasi kepada loyalitas nasabah. Maka penulis mengambil judul :**“Pengaruh Suku Bunga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepercayaan Yang Berimplikasi Kepada Loyalitas Nasabah di BPR Nusamba Cepiring Ungaran.”**

1. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :
 - a. Apakah suku bunga berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah di BPR Nusamba Cepiring Ungaran?
 - b. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah di BPR Nusamba Cepiring Ungaran?
 - c. Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah di BPR Nusamba Cepiring Ungaran?

- d. Apakah suku bunga, kualitas pelayanan dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepercayaan nasabah di BPR Nusamba Cepiring Ungaran?
 - e. Apakah suku bunga berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di BPR Nusamba Cepiring Ungaran?
 - f. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di BPR Nusamba Cepiring Ungaran?
 - g. Apakah lokasi berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di BPR Nusamba Cepiring Ungaran?
 - h. Apakah suku bunga, kualitas pelayanan dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di BPR Nusamba Cepiring Ungaran?
 - i. Apakah kepercayaan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di BPR Nusamba Cepiring Ungaran?
2. Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengkaji Pengaruh Suku Bunga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Kepercayaan Yang Berimplikasi

Kepada Loyalitas Nasabah di BPR Nusamba Cepiring Ungaran.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Suku Bunga

Menurut Karl dan Fair (2001:635) suku bunga adalah pembayaran bunga tahunan dari suatu pinjaman, dalam bentuk persentase dari pinjaman yang diperoleh dari jumlah bunga yang diterima tiap tahun dibagi dengan jumlah pinjaman.

2. Kualitas Pelayanan

Parasuraman (2001:165) menyatakan bahwa konsep kualitas layanan adalah suatu pengertian yang kompleks tentang mutu, tentang memuaskan atau tidak memuaskan. Konsep kualitas layanan dikatakan bermutu apabila pelayanan yang diharapkan lebih kecil daripada pelayanan yang dirasakan (bermutu).

3. Lokasi

Lokasi atau tempat sangat menentukan dalam bidang usaha. Menurut Swastha (2002:24) lokasi adalah tempat dimana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan.

4. Kepercayaan Nasabah

Kepercayaan konsumen adalah semua pengetahuan yang dimiliki konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat

konsumen tentang objek, atribut dan manfaatnya (Sunarto, 2006:153).

5. Loyalitas Nasabah

Loyalitas nasabah merupakan dorongan perilaku untuk melakukan pembelian secara berulang-ulang dan untuk membangun kesetiaan pelanggan terhadap suatu produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan.

6. Hipotesis

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

H1: Suku bunga berpengaruh positif yang signifikan terhadap kepercayaan nasabah di BPR Nusamba Cepiring.

H2: Kualitas pelayanan berpengaruh positif yang signifikan terhadap kepercayaan nasabah di BPR Nusamba Cepiring

H3: Lokasi berpengaruh positif yang signifikan terhadap kepercayaan nasabah di BPR Nusamba Cepiring

H4: Suku bunga, kualitas pelayanan dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh positif yang signifikan terhadap kepercayaan nasabah di BPR Nusamba Cepiring.

H5: Kualitas pelayanan berpengaruh positif yang signifikan terhadap loyalitas nasabah di BPR Nusamba Cepiring

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 : 61). Dalam penelitian ini variabel yang digunakan adalah variabel independen (X) yaitu suku bunga (X1) dan kualitas pelayanan (X2), lokasi (X3) dan variabel dependen (Y) yaitu kepercayaan nasabah (Y1) dan variabel intervening 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 BPR Nusamba Cepiring Ungaran tahun 2016 yang berjumlah 11.465 orang. Penentuan jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini,penulis

menggunakan rumus *Slovin*. Dengan jumlah populasi 11.465 nasabah, maka jumlah sampel diperoleh sebesar 99 responden.

Jenis dan Sumber Data

1. 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 kuisisioner yang diberikan oleh respondenakan menjadi data kualitatif yang kemudian di olah menjadi data kuantitatif.

2. Sumber Data

a. 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 kuisisioner dan observasi secara langsung kepada individu atau perorangan. Dalam

penelitian ini, data diambil dari kuisisioner yang diisi langsung oleh responden nasabah BPR Nusamba Cepiring Ungaran.

b. 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 :

Kuisisioner dapat berupa pertanyaan/pernyataan tertutup atau terbuka,dapat diberikan responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet (Sugiyono, 2007).Kuisisioner merupakan metode pengumpulan data dengan cara memberikan daftar pertanyaan kepada responden untuk dijawab, yaitu : identitas responden dan tanggapan tentang suku bunga, kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepercayaan dan loyalitas nasabah BPR Nusamba Cepiring Ungaran.

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 Kualitas Data

Uji yang dilakukan berupa :

a. Uji Validitas

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

Hasil Uji Validasi

Variabel	Rhitun g	Rtabe l	Keteranga n
Suku Bun ga (X1)			
Indikator X _{1.1}	0,862	0,200 6	Valid
Indikator X _{1.2}	0,634	0,200 6	Valid
Indikator X _{1.3}	0,708	0,200 6	Valid

Indikator X _{1.4}	0,862	0,200 6	Valid
K ualitas Pelayanan(X 2)			
Indikator X _{2.1}	0,832	0,200 6	Valid
Indikator X _{2.2}	0,794	0,200 6	Valid
Indikator X _{2.3}	0,632	0,200 6	Valid
Indikator X _{2.4}	0,821	0,200 6	Valid
Indikator X _{2.5}	0,802	0,2006	Valid
Lokasi (X3)			
Indikator X _{3.1}	0,799	0,200 6	Valid
Indikator X _{3.2}	0,613	0,200 6	Valid
Indikator X _{3.3}	0,645	0,200 6	Valid
Indikator X _{3.4}	0,780	0,200 6	Valid
Kep ercayaan Nasabah (Y1)			
Indikator Y _{1.1}	0,716	0,200 6	Valid
Indikator Y _{1.2}	0,657	0,200 6	Valid
Indikator Y _{1.3}	0,645	0,200 6	Valid
Indikator Y _{1.4}	0,773	0,200 6	Valid
Loyalitas Nasabah (Y2)			
Indikator Y _{2.1}	0,706	0,200 6	Valid
Indikator Y _{2.2}	0,658	0,200 6	Valid
Indikator Y _{2.3}	0,647	0,200 6	Valid

Indikator Y _{2.4}	0,756	0,200 6	Valid
-------------------------------	-------	------------	-------

Sumber : Data yang diolah 2017

Berdasarkan dari hasil uji validasi diatas dapat diketahui bahwa semua pernyataan / indikator variable suku bunga, kualitas pelayanan, lokasi, kepercayaan 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.

b.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	Cronbach's Alpha	Keterangan
Suku Bunga(X ₁)	0,822> 0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan(X ₂)	0,811> 0,60	Reliabel
Lokasi (X ₃)	0,809> 0,60	Reliabel
Kepercayaan Nasabah (Y ₁)	0,807> 0,60	Reliabel
Loyalitas Nasabah (Y ₂)	0,806> 0,60	Reliabel

Sumber : Data yang diolah 2017

Berdasarkan hasil uji reliability diatas maka bisa diketahui bahwa nilai cronbach's alpha semua variabel > 0,60 sehingga dapat dikatakan indikator yang digunakan oleh variabel suku bunga, kualitas pelayanan, lokasi, kepercayaan nasabah 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 sebagai berikut :

Hasil perhitungan regresi model pertama

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	1.053	.507
Suku Bunga	.251	.060
Kualitas Pelayanan	.217	.048
Lokasi	.412	.056

Dependent Variable: Kepercayaan nasabah

Sehingga persamaan linier dari hasil regresi tiga variabel X terhadap kepercayaan nasabah adalah $Y_1=1,053+ 0,251X_1 + 0,217X_2 + 0,412X_3 + e$

Hasil perhitungan regresi model Kedua

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	1.241	.520
Suku Bunga	.247	.062
Kualitas Pelayanan	.204	.049
Lokasi	.423	.057

Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sehingga persamaan linier dari hasil regresi tiga variabel X terhadap loyalitas nasabah adalah $Y_2=1,241+ 0,247X_1 + 0,204X_2 + 0,423X_3 + e$

Sehingga persamaan linier dari hasil regresi kepercayaan terhadap loyalitas nasabah adalah $Y_z=0,167+ 0,991Y_1 + e$

Uji t Model Pertama

Variabel	Hasil Uji-t	t tabel	Sig.
Suku Bunga	4.173	1,661	.000
Kualitas Pelayanan	4.517	1,661	.000
Lokasi	7.347	1,661	.000

Hasil Uji-t Model kedua

Variabel	Hasil Uji-t	t tabel	Sig.
Suku Bunga	4.005	1,661	.000
Kualitas Pelayanan	4.126	1,661	.000
Lokasi	7.354	1,661	.000

Hasil Uji-t Model ketiga

Variabel	Hasil Uji-t	t tabel	Sig.
Kepercayaan Nasabah	184.985	7,354	.000

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

1. **H1** : Dari hasil perhitungan t-hitung (4,173) > t-tabel (1,661) atau sig t 0,000 < 0,05, dengan demikian Ha diterima. Maka dapat disimpulkan ada pengaruh positif dan signifikan antara suku bunga terhadap kepercayaan nasabahdi BPR Nusamba Cepiring Ungaran.
2. **H2** : Dari hasil perhitungan t-hitung (4,517) > t-tabel (1,661) atau sig t 0,000 < 0,05, dengan demikian Ha diterima. Maka dapat disimpulkan ada pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepercayaan nasabahdi BPR Nusamba Cepiring Ungaran.
3. **H3** : Dari hasil perhitungan t-hitung (7,347) > t-tabel (1,661) atau sig t 0,000 < 0,05, dengan demikian Ha diterima. Maka dapat disimpulkan ada pengaruh positif dan signifikan antara lokasi terhadap kepercayaan nasabahdi BPR Nusamba Cepiring Ungaran.
4. **H4** : Dari hasil perhitungan t-hitung (4,005) > t-tabel (1,661) atau sig t 0,000 < 0,05, dengan demikian Ha diterima. Maka dapat disimpulkan ada pengaruh positif dan signifikan antara suku bunga terhadap loyalitas nasabahdi BPR Nusamba Cepiring Ungaran.
5. **H5** : Dari hasil perhitungan t-hitung (4,126) > t-tabel (1,661) atau sig t 0,000 < 0,05, dengan demikian Ha diterima. Maka dapat disimpulkan ada pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabahdi BPR Nusamba Cepiring Ungaran.
6. **H6** : Dari hasil perhitungan t-hitung (7,354) > t-tabel (1,661) atau sig t 0,000 < 0,05, dengan demikian Ha diterima. Maka dapat disimpulkan ada pengaruh positif dan signifikan antara lokasi terhadap loyalitas nasabahdi BPR Nusamba Cepiring Ungaran.
7. **H9** : Dari hasil perhitungan t-hitung (184,985) > t-tabel (7,354) atau sig t 0,000 < 0,05, dengan demikian Ha diterima. Maka dapat disimpulkan ada pengaruh positif dan signifikan antara kepercayaan nasabah terhadap loyalitas nasabahdi BPR Nusamba Cepiring Ungaran. **Uji F** dapat diketahui dengan menggunakan Program SPSS seperti pada table

Tabel Uji F model 1

Model		F	Sig.
1	Regression	292.298	.000 ^b
	Residual		
	Total		

a. Dependent Variable: Kepercayaan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Suku Bunga, Kualitas Pelayanan, Lokasi

H7 :Dari hasil perhitungan F-hitung (292,298) > F-tabel (2,70) atau sig F (0,000) < 0,05, dengan demikian ada pengaruh positif yang signifikan antara suku bunga, kualitas pelayanan dan lokasi secara bersama-sama terhadap kepercayaan nasabah BPR Nusamba Cepiring Ungaran.

Tabel Uji F model 2

Model		F	Sig.
1	Regression	271.683	.000 ^b
	Residual		
	Total		

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

b. Predictors: (Constant), Suku Bunga, Kualitas Pelayanan, Lokasi

H8 :Dari hasil perhitungan F-hitung (271,683) > F-tabel (2,70) atau sig F (0,000) < 0,05, dengan demikian ada pengaruh positif yang signifikan antara suku bunga, kualitas pelayanan dan lokasi secara bersama-sama terhadap loyalitas nasabah BPR Nusamba Cepiring Ungaran.

Koefisien Determinasi (*R Square*)

Koefisien determinasi dapat diketahui dengan menggunakan Program SPSS seperti pada table.

➤ Hasil Koefisien Determinasi Terhadap Kepercayaan Nasabah

Mode	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin Watson
1	.899	.838	2.195

a. Predictors: (Constant), Suku Bunga, Kualitas Pelayanan, Lokasi

b. Dependent Variable: Kepercayaan Nasabah
Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan hasil tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai adjusted r square sebesar 0,899, yang artinya 3 variabel yaitu suku bunga, kualitas pelayanan, lokasi mampu menjelaskan kepercayaan nasabah BPR Nusamba Cepiring Ungaran dalam menabung dan mengambil pinjaman sebesar 89,9% dan sisanya 10,1% kepercayaan nasabah dipengaruhi oleh faktor selain suku bunga, kualitas pelayanan dan lokasi.

➤ Hasil Koefisien Determinasi Terhadap Loyalitas Nasabah

Model Summary^b

Mode	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin Watson
1	.892	.859	2.156

- a. Predictors: (Constant), Suku Bunga, Kualitas Pelayanan, Lokasi
 b. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah
 Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan hasil tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai adjusted r square sebesar 0,892, yang artinya 3 variabel yaitu suku bunga, kualitas pelayanan, lokasi mampu menjelaskan loyalitas nasabah BPR Nusamba Cepiring Ungaran dalam menabung dan mengambil pinjaman sebesar 89,2% dan sisanya 10,8% loyalitas nasabah dipengaruhi oleh faktor selain suku bunga, kualitas pelayanan dan lokasi. ➤

Hasil Koefisien Determinasi Variabel Intervening

Model	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin Watson
1	.997	.140	1.046

- a. Predictors: (Constant), keecayaan nasabah
 b. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah
 Sumber : Data primer yang diolah, 2017

Berdasarkan hasil tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai adjusted r square sebesar 0,997, yang artinya kepercayaan nasabah mampu menjelaskan loyalitas nasabah BPR Nusamba Cepiring Ungaran dalam menabung dan mengambil pinjaman sebesar 99,7% dan

sisanya 0,3% loyalitas nasabah dipengaruhi oleh faktor selain kepercayaan nasabah.

PENUTUP

Simpulan

1. Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara suku bunga terhadap kepercayaan nasabah dan loyalitas nasabah di BPR Nusamba Cepiring Ungaran, hal ini dibuktikan dalam analisis statistik dimana nilai koefisien regresi suku bunga terhadap kepercayaan nasabah (b_1) sebesar 0,251 dan t hitung (4,173) > t tabel (1,661) atau sig t 0,000 < 0,05, dengan demikian H1 diterima. Begitu juga dengan nilai koefisien regresi suku bunga terhadap kepercayaan nasabah (b_1) sebesar 0,247 dan t hitung (4,005) > t tabel (1,661) atau sig t 0,000 < 0,05, dengan demikian H4 diterima.
2. Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepercayaan nasabah dan loyalitas nasabah di BPR Nusamba Cepiring Ungaran, hal ini dibuktikan dalam analisis statistik dimana nilai

- Nilai koefisien kualitas pelayanan terhadap kepercayaan nasabah (b_2) sebesar 0,217 dan t hitung (4,517) > t tabel (1,661) atau $\text{sig } t$ $0,000 < 0,05$, dengan demikian H_2 diterima. Begitu juga dengan nilai koefisien regresi kualitas pelayanan terhadap kepercayaan nasabah (b_2) sebesar 0,204 dan t hitung (4,126) > t tabel (1,661) atau $\text{sig } t$ $0,000 < 0,05$, dengan demikian H_5 diterima.
3. Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara lokasi terhadap kepercayaan nasabah dan loyalitas nasabah di BPR Nusamba Cepiring Ungaran, hal ini dibuktikan dalam analisis statistik dimana nilai Nilai koefisien lokasi terhadap kepercayaan nasabah (b_3) sebesar 0,412 dan t hitung (7,347) > t tabel (1,661) atau $\text{sig } t$ $0,000 < 0,05$, dengan demikian H_3 diterima. Begitu juga dengan nilai koefisien regresi lokasi terhadap kepercayaan nasabah (b_3) sebesar 0,423 dan t hitung (7,354) > t tabel (1,661) atau $\text{sig } t$ $0,000 < 0,05$, dengan demikian H_6 diterima.
 4. Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara kepercayaan nasabah dan loyalitas nasabah di BPR Nusamba Cepiring Ungaran, hal ini dibuktikan dalam analisis statistik dimana nilai Nilai koefisien kepercayaan nasabah terhadap loyalitas nasabah (b_2) sebesar 0,991 dan t hitung (184,985) > t tabel (7,354) atau $\text{sig } t$ $0,000 < 0,05$, dengan demikian H_9 diterima.
 5. Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara suku bunga, kualitas pelayanan dan lokasi secara bersama-sama terhadap kepercayaan nasabah di BPR Nusamba Cepiring Ungaran, hal ini dibuktikan dalam analisis statistik dimana F hitung (292,298) > F tabel (2,70) atau $\text{sig } F$ (0,000) < 0,05, dengan demikian H_7 diterima. Begitu juga adanya pengaruh positif yang signifikan antara suku bunga, kualitas pelayanan dan lokasi secara bersama-sama terhadap loyalitas nasabah di BPR Nusamba Cepiring Ungaran, hal ini dibuktikan dalam analisis statistik dimana F hitung (271,683) > F tabel (2,70) atau $\text{sig } F$ (0,000) < 0,05, dengan demikian H_8 diterima.

6. Nilai koefisien determinasi variable adalah sebesar 0,899 yang berarti kepercayaan nasabah di BPR Nusamba Cepiring Ungaran dalam menabung dan meminjam kredit dipengaruhi oleh suku bunga, kualitas pelayanan dan lokasi sebesar 89,9%, sedangkan sisanya 10,1% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian. Begitu juga dengan nilai koefisien determinasi variable loyalitas nasabah adalah sebesar 0,892 yang berarti loyalitas nasabah di BPR Nusamba Cepiring Ungaran dalam menabung dan meminjam kredit dipengaruhi oleh suku bunga, kualitas pelayanan dan lokasi sebesar 89,2%, sedangkan sisanya 10,8% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian.

Keterbatasan Penelitian

1. Mengingat persaingan dalam bisnis perbankan semakin ketat, serta suku bunga yang bervariasi antar bank dalam penelitian ini maka disarankan bagi BPR Nusamba untuk memberikan suku bunga yang lebih tinggi agar nasabah lebih giat menabung dan suku bunga rendah agar nasabah apabila mencari pinjaman menggunakan jasa BPR Nusamba Cepiring Ungaran.

2. Kualitas pelayanan yang sudah ada di BPR Nusamba Cepiring Ungaran perlu ditingkatkan lagi mengingat persaingan bisnis perbankan yang begitu ketat. Agar masyarakat mau menggunakan jasa BPR Nusamba Cepiring Ungaran untuk menabung dan meminjam kredit.

Saran

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan-keterbatasan. Dengan keterbatasan ini, diharapkan dapat dilakukan perbaikan untuk penelitian yang akan datang. Adapun keterbatasan dalam penelitian ini antara lain : susahnya mencari nasabah yang mau mengisi angket kuesioner penelitian ini, sehingga pengerjaan penelitian waktunya terbatas.

DAFTAR PUSTAKA

- TjiptonoFandy, 2006, *SERVICE, UALITY & SATISFACTION* ED.3. Andi Yogyakarta. Yogyakarta
- Sugiyono, 2005. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Alfa Beta.
- Ghozali, I., 2009, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Universitas Diponegoro Semarang.

- A. Parasuraman, Valarie 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. *Essentials of Service Marketing*. 2nd Edition. Singapore: Prentice Hall Published, 2012.
- Philip Kotler and Kevin Lane Keller. *Marketing Management*, 14th Edition. New Jersey: Prentice Hall Published, 2012.
- Ramli, 2011210040, Ilmu Administrasi Negara, FISIP; Lab. Otda, Universitas Tribhuwana Tunggaladewi, Malang, April 2013.
- Ratminto dan Atik Winarsih. 2005, *Manajemen Pelayanan*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta
- Sarwono, Jonathan. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Indrianto, Nur dan Supomo, Bambang, 2002, *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*, BPFE, Yogyakarta
- Swastha, Basu. 2002. *Azas-Azas Pemasaran*, Yogyakarta, Liberty.
- Swasta, Basudan Handoko, Hani, 2000, *Manajemen Pemasaran : Analisa Perilaku Konsumen*, BPFE, Yogyakarta
- Swastha, Basudan Irawan, 2004, *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta.
- , 2004, *Azas - Azas Marketing*, Jilid 2, Liberty, Yogyakarta.
- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Jakarta, PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Lamb, Chales W., Hair, Joseph F., and McDaniel, Carl. 2001. *Pemasaran*. Alihbahasa David Octavaria. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat & A. Hamdani. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisikedua, Jakarta, Salemba Empat.

Griffin, Jill. 2003. *Customer Loyalty :Menumbuhkan Dan Mempertahankan Pelangga*.Penerbit Erlangga Jakarta.

Huriyanti, Ratih. 2005. *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*.Penerbit Alfabeta.Bandung.