

BAB V

PEMBAHASAN

5.1. Gambaran Umum Responden

Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah dapat ditelusuri berdasarkan jawaban dari responden (nasabah BPR-BKK) yang diambil sebagai sampel melalui kuesioner yang diberikan. Hasil jawaban responden tersebut kemudian disusun dalam bentuk tabulasi (lampiran 1). Gambaran umum responden tersebut meliputi :

5.1.1. Identitas Responden

Untuk mengetahui identitas responden perlu ditanyakan mengenai Usia, Pekerjaan, Lama menjadi nasabah BPR-BKK Ungaran, Jenis produk BPR-BKK yang digunakan dan Jenis transaksi yang sering dilakukan. Data tersebut adalah sebagai berikut :

a. Responden Berdasarkan Usia.

Pada bagian ini akan diketengahkan usia responden. Dari hasil penelitian ini diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 5.01 : Responden Berdasarkan usia

| Usia | Jumlah | Prosentase (%) |
|--------------|------------|----------------|
| 17 - 22 | 3 | 3 |
| 23 - 29 | 17 | 17 |
| 30 - 36 | 13 | 13 |
| 37 - 43 | 13 | 13 |
| 44 - 50 | 29 | 29 |
| 51 - 57 | 23 | 23 |
| 58 - 65 | 2 | 2 |
| Total | 100 | 100 |

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas kita dapat mengetahui bahwa 26 responden atau 26% dari keseluruhan responden berusia 30 – 43 tahun. Kelompok responden ini mulai membutuhkan bank sebagai lembaga keuangan yang dapat membantu mereka untuk mengatur keuangannya. Mereka mulai memikirkan dan merencanakan masa depannya maupun keluarganya. Mereka memilih BPR-BKK untuk menyimpan dananya karena biaya administrasi yang sangat rendah, adanya kemudahan didalam pengambilan atau penarikan dana, adanya kemudahan didalam penarikan deposito yang belum jatuh tempo dan juga karena lokasi BPR-BKK yang mudah dijangkau sehingga secara tidak langsung akan mempercepat proses transaksi. Sedangkan responden yang berusia diatas 43 tahun atau 54% dari keseluruhan responden biasanya telah mempunyai karier/ pekerjaan yang mantab, sebagian besar responden ini bekerja sebagai wiraswasta/ pedagang dan pegawai (negeri/swasta), dalam hal ini mereka

membutuhkan bank yang memberikan kemudahan dan biaya yang murah.

b. Responden Berdasarkan Pekerjaan.

Pada bagian ini akan diketengahkan jenis pekerjaan responden. dari penelitian diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 5.02 : Responden Berdasarkan Pekerjaan

| Pekerjaan | Jumlah | Prosentase (%) |
|-----------------------------|--------|----------------|
| Belum bekerja | 7 | 7 |
| Pegawai Negeri (Sipil/ABRI) | 18 | 18 |
| Pegawai Swasta | 28 | 28 |
| Wiraswasta/Pedagang | 32 | 32 |
| Buruh (Industri/Bangunan) | 11 | 11 |
| Lain-lain | 4 | 4 |
| Total | 100 | 100 |

Sumber : Data primer yang diolah.

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa dunia perbankan ternyata telah masuk didalam kehidupan masyarakat bawah. Hal ini sesuai dengan tujuan pemerintah untuk memberdayakan fungsi bank keseluruh lapisan masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dari tabel diatas dapat diketahui pula bahwa nasabah BPR-BKK Ungaran sebagian besar berprofesi sebagai wiraswasta dan pedagang. Pedagang ini adalah para pedagang kecil dikawasan kerja BPR-BKK Ungaran.

c. Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah.

Pada bagian ini akan diketengahkan berapa lama responden menjadi nasabah BPR-BKK. Dari penelitian diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 5.03 : Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah

| Lama menjadi nasabah | Jumlah | Prosentase (%) |
|----------------------|--------|----------------|
| 4 - 6 tahun | 11 | 11 |
| 7 - 9 tahun | 56 | 56 |
| 10 - 12 tahun | 30 | 30 |
| > 12 tahun | 3 | 3 |
| Total | 100 | 100 |

Sumber : Data primer yang diolah.

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa responden adalah nasabah yang sangat loyal sampai saat ini, karena dengan adanya keterbatasan yang ada pada BPR-BKK baik dari segi produk maupun fasilitasnya jika dibandingkan dengan bank umum lainnya, para nasabah tetap menyimpan dananya di BPR-BKK. Hal ini dapat diketahui banyaknya jumlah responden yang tetap menyimpan dananya selama 7 - 9 tahun sebanyak 56 responden atau 56%, 10 - 12 tahun sebanyak 30 responden atau 30% dan yang lebih dari 12 tahun sebanyak 3 responden atau 3%. Sehingga responden yang menyimpan dananya lebih dari 7 tahun sebanyak 89 responden atau 89% dari keseluruhan responden.

d. Responden Berdasarkan Jenis Produk.

Pada bagian ini akan diketengahkan jenis produk BPR-BKK yang digunakan oleh responden. Pada penelitian jenis produk dibatasi pada sebagai berikut :

Tabel 5.04 : Responden Berdasarkan Jenis Produk

| Jenis produk | Jumlah | Prosentase (%) |
|--------------------|--------|----------------|
| Tabungan | 63 | 63 |
| Deposito berjangka | 37 | 37 |
| Total | 100 | 100 |

Sumber : Data primer yang diolah.

Terdapat 63 responden atau sebanyak 63% dari keseluruhan responden yang menggunakan jenis produk tabungan dalam hal ini adalah Tamades. Responden memilih tamades karena adanya kemudahan didalam pengambilan apabila sewaktu-waktu dibutuhkan.

e. Responden Berdasarkan Jenis Transaksi.

Pada bagian ini akan diketengahkan jenis transaksi yang paling sering dilakukan. Penelitian dibatasi pada jenis transaksi sebagai berikut :

Tabel 5.05 : Responden berdasarkan Jenis Transaksi.

| Jenis Transaksi | Jumlah | Prosentase (%) |
|-------------------|--------|----------------|
| Setoran Tunai | 50 | 50 |
| Pengambilan Tunai | 14 | 14 |
| Pemindah bukuan | 31 | 31 |
| Transaksi Lain | 3 | 3 |
| Total | 100 | 100 |

Sumber : Data primer yang diolah.

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa relatif sedikit nasabah yang melakukan penarikan dana, hanya terdapat 14 responden atau 14%. Hal ini disebabkan karena nasabah merasa cocok dengan suku bunga yang ditetapkan oleh BPR-BKK Ungaran dan rendahnya biaya administrasi. Nasabah yang melakukan penarikan dananya dikarenakan untuk memenuhi kebutuhan tertentu dan bukan untuk dipindahkan ke bank lain.

5.1.2. Diskripsi Variabel

a. Tanggapan responden terhadap Pelayanan.

Tabel 5.06 : Tanggapan Responden Terhadap Pelayanan

| Tanggapan Responden | Jumlah | Prosentase (%) |
|---------------------|--------|----------------|
| Sangat Baik | 16 | 16 |
| Baik | 71 | 71 |
| Tidak Baik | 10 | 10 |
| Sangat Tidak Baik | 3 | 3 |
| Total | 100 | 100 |

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden, yaitu sejumlah 71 responden atau 71% merasa bahwa pelayanan yang selama ini diberikan sudah baik. Responden menilai bahwa, sikap dan perilaku karyawan-karyawati BPR-BKK, produk yang disediakan, tingkat bunga yang ditetapkan serta kecepatan dan ketepatan didalam melayani sudah baik. Tetapi ada sebagian responden menilai bahwa pelayanan yang diberikan oleh BPR-BKK Ungaran tidak baik (10 responden atau 10%) dan sangat tidak baik (3 responden atau 3%). Mereka merasa bahwa nasabah-nasabah yang mempunyai dana dalam jumlah yang besar mendapat beberapa keistimewaan / prioritas dalam memperoleh pelayanan. Selain itu mereka menilai bahwa keramahan karyawan-karyawati BPR-BKK, terutama Petugas *Customer Service* masih rendah. Tetapi responden menyadari bahwa hal ini mungkin karena jumlah nasabah yang dilayani sangat banyak sedangkan jumlah

petugas *Customer Service* sangat terbatas. Petugas-petugas ini tidak dapat melayani dengan maksimal, mereka harus menghadapi berbagai macam karakter nasabah dari berbagai macam persoalan dan keluhan dengan cepat, sedangkan waktu dan kemampuan (tenaga) mereka terbatas. Tetapi secara keseluruhan mereka menilai bahwa pelayanan yang diberikan oleh BPR-BKK Ungaran sudah baik.

b. Tanggapan Responden Terhadap Fasilitas Penunjang.

Tabel 5.07 : Tanggapan Responden Terhadap Fasilitas Penunjang.

| Tanggapan Responden | Jumlah | Prosentase (%) |
|---------------------|--------|----------------|
| Sangat Baik | 32 | 32 |
| Baik | 67 | 67 |
| Tidak Baik | 1 | 1 |
| Sangat Tidak Baik | - | - |
| Total | 100 | 100 |

Sumber : Data primer yang diolah.

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa fasilitas penunjang yang disediakan BPR-BKK dinilai responden sudah baik, yaitu sebanyak 67 responden atau 67% dari keseluruhan responden. Manajemen bank yang baik dan sistematis, teknologi yang sederhana tetapi tepat digunakan, fasilitas parkir yang luas, serta keamanan yang terjamin menumbuhkan rasa kepercayaan pada diri nasabah dan nasabah merasa tenang dalam melakukan transaksi di BPR-BKK Ungaran. Selain itu tata ruang yang ditata sedemikian rupa dapat memberikan rasa nyaman bagi nasabah.

c. Tanggapan Responden Terhadap Lokasi.

Tabel 5.08 : Tanggapan Responden Terhadap Lokasi.

| Tanggapan Responden | Jumlah | Prosentase (%) |
|------------------------|--------|----------------|
| Sangat Strategis | - | - |
| Strategis | 55 | 55 |
| Tidak Strategis | 45 | 45 |
| Sangat Tidak Strategis | - | - |
| Total | 100 | 100 |

Sumber : Data Primer yang diolah.

Berdasarkan tabel diatas sebagian besar responden menilai bahwa lokasi BPR-BKK strategis, yaitu sebanyak 55 responden atau 55% dari keseluruhan responden. Mereka menilai letak BPR-BKK Ungaran sangat strategis karena dilalui oleh angkutan umum.

5.2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Apabila nilai r hitung $>$ r tabel, maka dinyatakan valid (Masri Singarimbun dan Sofian Effendi, 1995 : 139). Hal ini diujikan pada daftar pertanyaan (kuesioner) No. 1 sampai dengan 27.

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 6.0 *for windows* dapat diketahui bahwa keseluruhan pertanyaan yang diajukan oleh peneliti terhadap responden bisa dipakai karena nilai r hitung $>$ dari r tabel.

Adapun perincian dari nilai r hitung adalah sebagai berikut :

Tabel 5.09 :

Perbandingan antara r tabel dan r hitung untuk uji validitas

| No. | r hitung | r tabel | Kriteria |
|-----|----------|---------|----------|
| 1. | 0,4992 | 0,195 | Valid |
| 2. | 0,5940 | 0,195 | Valid |
| 3. | 0,6202 | 0,195 | Valid |
| 4. | 0,5402 | 0,195 | Valid |
| 5. | 0,6159 | 0,195 | Valid |
| 6. | 0,5695 | 0,195 | Valid |
| 7. | 0,5862 | 0,195 | Valid |
| 8. | 0,4941 | 0,195 | Valid |
| 9. | 0,4335 | 0,195 | Valid |
| 10. | 0,3730 | 0,195 | Valid |
| 11. | 0,2487 | 0,195 | Valid |
| 12. | 0,4096 | 0,195 | Valid |
| 13. | 0,4820 | 0,195 | Valid |
| 14. | 0,6173 | 0,195 | Valid |
| 15. | 0,5490 | 0,195 | Valid |
| 16. | 0,4335 | 0,195 | Valid |
| 17. | 0,4589 | 0,195 | Valid |
| 18. | 0,4174 | 0,195 | Valid |
| 19. | 0,4821 | 0,195 | Valid |
| 20. | 0,5723 | 0,195 | Valid |
| 21. | 0,4255 | 0,195 | Valid |
| 22. | 0,2410 | 0,195 | Valid |
| 23. | 0,2523 | 0,195 | Valid |
| 24. | 0,2481 | 0,195 | Valid |
| 25. | 0,3140 | 0,195 | Valid |
| 26. | 0,5396 | 0,195 | Valid |
| 27. | 0,3063 | 0,195 | Valid |

Sumber : Data primer yang diolah

Dan dari pengukuran tersebut dapat diketahui bahwa hasil perhitungan tersebut memenuhi syarat reliabilitas, karena nilai α (0,8513) > dari r tabel (0,195) (Burhan Nurgiyantoro, 2000 : 309).

Karena syarat Validitas kuesioner sudah terpenuhi, yaitu bahwa keseluruhan item pertanyaan mempunyai r hitung yang lebih besar dari r tabel maka item pertanyaan dapat dikatakan valid. Dan juga karena syarat reliabilitas kuesioner telah terpenuhi, yaitu nilai α (0,8513) lebih besar dari nilai r tabel (0,195) maka dapat dikatakan item pertanyaan reliabel.

Karena kedua syarat tersebut telah terpenuhi maka semua item pertanyaan dapat dikatakan andal dan dapat digunakan sebagai dasar didalam penelitian. (Perhitungan lengkap dapat dilihat pada lampiran 3 dan data yang digunakan dalam perhitungan dapat dilihat pada lampiran 1).

5.3. Analisis Hasil Penelitian Pengaruh Pelayanan, Fasilitas Penunjang dan Lokasi Terhadap Loyalitas Nasabah.

Pada analisis ini digunakan analisis Regresi Berganda :

5.3.1. Analisis Regresi Berganda

Persamaan :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Diketahui dari perhitungan Regresi Berganda, yaitu :

$$Y = 0,212799 + 0,026024X_1 + 0,128006X_2 + 0,075381X_3$$

a = konstanta = nilai mutlak Y (Loyalitas) apabila X_1 (Pelayanan), X_2 (Fasilitas Penunjang) dan X_3 (Lokasi) = nol

Jadi apabila X_1 (Pelayanan), X_2 (Fasilitas Penunjang) dan X_3 (Lokasi) = nol maka nilai $Y = a = 0,212799$.

Artinya bahwa setiap ada peningkatan pelayanan, Fasilitas Penunjang, dan Lokasi akan mengakibatkan peningkatan Loyalitas. Interpretasi dari persamaan Regresi adalah sebagai berikut :

1. $b_1 = 0,026024$ adalah slope antara X_1 (Pelayanan) dan Y (Loyalitas) berarti jika pelayanan yang diterapkan semakin sesuai dengan keinginan nasabah maka loyalitas akan meningkat sebesar $0,026024$ dengan menganggap variabel yang lain adalah tetap.
2. $b_2 = 0,128006$ adalah slope antara X_2 (Fasilitas Penunjang) dan Y (Loyalitas) berarti jika Fasilitas Penunjang yang disediakan semakin sesuai dengan keinginan nasabah maka loyalitas akan meningkat sebesar $0,128006$ dengan menganggap bahwa variabel lain adalah tetap.
3. $b_3 = 0,075381$ adalah slope antara X_3 (Lokasi) dan Y (Loyalitas) berarti jika Lokasi yang ada semakin strategis maka loyalitas akan meningkat sebesar $0,075381$ dengan menganggap variabel lain adalah tetap.

Perhitungan lengkap dapat dilihat pada lampiran 4 .

5.3.2. Koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) adalah sebesar $59,784\%$, maka dapat dikatakan bahwa variabel X_1 (Pelayanan), X_2 (Fasilitas Penunjang) dan X_3

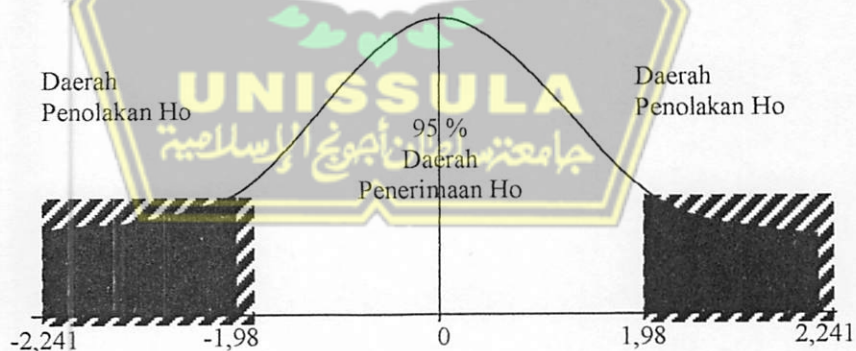
(Lokasi) secara bersama – sama memiliki pengaruh terhadap variabel Y (Loyalitas) sebesar 59,784 % sedangkan sisanya sebesar 40,216 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk di dalam penelitian di atas.

5.3.3. Uji t tes

Uji t antara X_1 (Pelayanan) dan Y (Loyalitas)

Dari hasil analisis uji t pada tingkat signifikan 0,05 dengan menggunakan program komputer SPSS 6.0 *for windows*, dapat diketahui bahwa t hitung adalah sebesar 2,241 dengan tingkat signifikan 0,0274. Dengan demikian dapat dilihat bahwa t hitung (2,241) > t tabel (1,98) dan tingkat signifikan t hitung (0,0274) < t tabel (0,05) maka dapat dikatakan signifikan (perhitungan lengkap dapat dilihat pada lampiran 4).

Jadi terdapat pengaruh antara X_1 (Pelayanan) dan Y (Loyalitas) dengan menganggap variabel bebas lainnya adalah tetap.



Gambar 5.01 : Kurva uji t antara X_1 (pelayanan) terhadap Y (loyalitas)

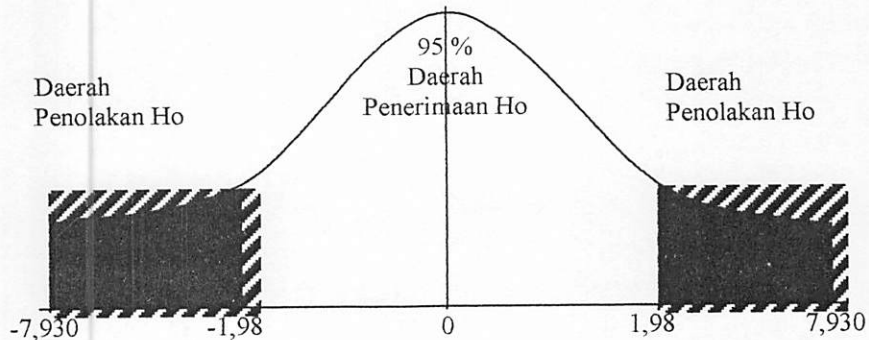
Responden (Nasabah) mempunyai keinginan atas jasa yang diberikan bank, yaitu pelayanan yang baik kepada nasabahnya. Disini terlihat jelas

bahwa jasa pelayanan yang diberikan karyawan / karyawan BPR-BKK merupakan faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah. Jika sikap dan perilaku karyawan / karyawan BPR-BKK sopan, ramah dan sesuai dengan keinginan nasabah, maka loyalitas akan meningkat. Begitu pula jika produk BPR-BKK memberikan kemudahan-kemudahan dalam bertransaksi (misalnya : kemudahan pemindah bukuan bunga deposito ke tamades dan adanya kemudahan didalam pengambilan tabungan atau deposito sewaktu-waktu), tingkat bunga yang ditawarkan menarik dan adanya kecepatan serta ketepatan didalam didalam pelayanan maka loyalitas nasabah akan meningkat. Dalam hal ini nasabah memiliki persepsi yang baik terhadap jasa pelayanan yang diberikan oleh BPR-BKK yaitu perilaku dan sikap karyawan / karyawan BPR-BKK yang sopan dan ramah, produk yang memberikan kemudahan-kemudahan, tingkat bunga yang menarik serta pelayanan yang cepat dan tepat. Pelayanan yang baik akan menimbulkan rasa puas nasabah dan akan meningkatkan loyalitas nasabah.

Uji t antara X_2 (Fasilitas Penunjang) dan Y (Loyalitas)

Dari hasil analisis uji t pada tingkat signifikan 0,05 dengan menggunakan program komputer SPSS 6.0 *for windows*, dapat diketahui bahwa t hitung adalah sebesar 7,930 dengan tingkat signifikan 0,000. Dengan demikian dapat dilihat bahwa t hitung (7,930) > t tabel (1,98) dan tingkat signifikan t hitung (0,000) < t tabel (0,05) maka dapat dikatakan sangat signifikan (perhitungan lengkap dapat dilihat pada lampiran 4).

Jadi terdapat pengaruh antara X_2 (Fasilitas Penunjang) dan Y (loyalitas nasabah) dengan menganggap variabel bebas lainnya adalah tetap.



Gambar 5.02 : Kurva uji t Antara X_2 (fasilitas penunjang) terhadap Y (loyalitas)

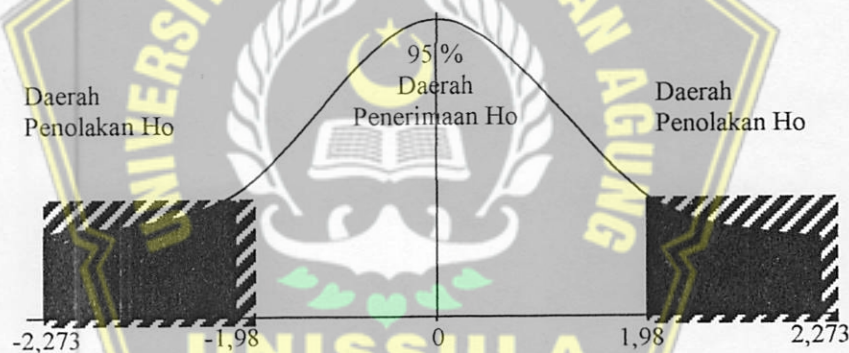
Fasilitas penunjang seperti manajemen bank , tata ruang, teknologi, fasilitas parkir dan keamanan mampu memberikan persepsi yang baik bagi nasabah. Semakin baik manajemen bank seperti jajaran komisaris yang dapat dipercaya, tim pengelola manajemen yang bagus, struktur pengelolaan manajemen yang bagus serta permodalan yang kuat akan meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap bank dan akan meningkatkan loyalitas. Keamanan baik dalam hal penyimpanan dana maupun keamanan disekitar lokasi bank sedikit banyak berpengaruh terhadap nasabah didalam melakukan transaksi. Semakin aman daerah sekitar bank dan terjaminnya keamanan penyimpanan dana maka nasabah akan merasa tenang dan kemudian akan timbul rasa percaya sehingga akan meningkatkan loyalitas. Meciptakan lingkungan bank yang menyenangkan dapat membentuk persepsi yang baik bagi nasabah terutama dalam penataan tata ruang bank.

Dengan lingkungan yang bersih, rapi dan nyaman dapat mengurangi rasa jenuh nasabah pada saat masa tunggu transaksi.

Uji t antara X3 dan Y

Dari hasil analisis uji t pada tingkat signifikan 0,05 dengan menggunakan program komputer SPSS 6.0 *for windows*, dapat diketahui bahwa t hitung adalah sebesar 2,273 dengan tingkat signifikan 0,0253. Dengan demikian dapat diketahui bahwa t hitung ($2,273$) > t tabel (1,98) dan tingkat signifikan t hitung ($0,0253$) < t tabel ($0,05$) maka dapat dikatakan signifikan (perhitungan lengkap dapat dilihat pada lampiran 4).

Jadi terdapat pengaruh antara X_3 (Lokasi) dan Y (Loyalitas) dengan mengangap variabel bebas lainnya adalah tetap.



Gambar 5.03 : Kurva uji t Antara X_3 (lokasi) terhadap Y (loyalitas)

Lokasi bank yang mudah dijangkau, terhindar dari kemacetan secara tidak langsung akan memberikan kemudahan pada nasabah didalam melakukan transaksi. Dengan lokasi yang mudah dijangkau dan terhindar dari kemacetan, maka nasabah akan lebih cepat untuk sampai ke lokasi bank dan menghemat waktu didalam melakukan transaksi.

5.3.4. Uji F test

Uji F antara X_1 (Pelayanan), X_2 (Fasilitas Penunjang) dan X_3 (Lokasi) secara bersama – sama terhadap Y (Loyalitas).

Dari hasil analisis dengan menggunakan program komputer SPSS 6.0 for windows, dapat diketahui bahwa F hitung ($47,57108$) $>$ F tabel ($2,68$) dan tingkat signifikan F hitung ($0,0000$) $<$ F tabel ($0,05$) maka dapat dikatakan signifikan.

Jadi terdapat pengaruh antara X_1 (Pelayanan), X_2 (Fasilitas Penunjang) dan X_3 (Lokasi) secara bersama – sama terhadap Y (Loyalitas).



Gambar 5.04 : Uji F dengan interval keyakinan 95 % dan tingkat kesalahan 5 %.