PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA KANTOR PUSAT PT. BANK SULUTGO DI KOTA MANADO

SKRIPSI

Oleh

NUZULIA ANDINI SUBAKIR
NIM. 21053031

POLITEKNIK NEGERI MANADO
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
PROGRAM STUDI D-IV MANAJEMEN BISNIS
2025

PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA KANTOR PUSAT PT. BANK SULUTGO DI KOTA MANADO

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Terapan Manajemen (S.Tr.M)
Pada Program Studi Manajemen Bisnis

Oleh

NUZULIA ANDINI SUBAKIR
NIM. 21053031

POLITEKNIK NEGERI MANADO
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
PROGRAM STUDI D-IV MANAJEMEN BISNIS
2025

NUZULIA ANDINI SUBAKIR , 2025**"Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Kantor Pusat PT. Bank SulutGo Di Kota Manado"** Di bawah bimbingan Willem Gilbert Pomantow, SE.,M.Si dan Dr. Robby Tanod Mamusung, SE.,MM.

ABSTRAK

Kualitas Layanan yang optimal dapat dijadikan salah satu strategi perusahaan untuk meningkatkan serta mempertahankan nasabah. Tujuan penelitian ini adalah untuk mempengaruhi Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Kantor Pusat Kantor Pusat PT. Bank SulutGo Di Kota Manado. Jenis Penelitian adalah penelitian kuantitatif dan metode penelitian menggunakan metode penelitian deskriptif, metode penelitian lapangan dan metode penelitian perpustakaan. Penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dengan menggunakan kuesioner dalam bentuk google form sebagai alat pengumpulan data. Populasi yang diambil Nasabah Kantor Pusat Kantor Pusat PT. Bank SulutGo di Kota Manado namun Sampel yang dilibatkan 50 responden dengan menggunakan metode *hair at al*. Analisis yang digunakan adalah Analisis Statistik Deskriptif, Total SkoRegresi Linear Sederhana. Hasil analisis penelitian Nilai koefisien korelasi r = 0,552, menunjukkan bahwa Kualitas Layanan memiliki hubungan yang sangat kuat dan signifikan terhadap peningkatan Loyalitas Nasabah pada Kantor Pusat Kantor Pusat PT. Bank SulutGo. Nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa peningkatan Loyalitas Nasabah 55,2% dipengaruhi Kualitas Layanan sedangkan sisanya 44,8% dipengaruhi faktor lain diluar penelitian ini. Hasil analisis menunjukkan bahwa Kualitas Layanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan Loyalitas Nasabah pada Kantor Pusat Kantor Pusat PT. Bank SulutGo di Kota Manado. Untuk itu Kualitas Layanan perlu diperhatikan oleh pimpinan dan perusahaan dengan lebih mencermati faktor-faktor internal dan organisasional mengenai Kualitas Layanan sehingga dapat meningkatkan Loyalitas Nasabah.

Kata Kunci : ***Kualitas Layanan, Loyalitas Nasabah***

NUZULIA ANDINI SUBAKIR , 2025 ***"The Influence of Service Quality on Customer Loyalty at Bank SulutGo Head Office in Manado City"*** Under the guidance of Willem Gilbert Pomantow, SE.,M.Si dan Dr. Robby Tanod Mamusung, SE.,MM.

ABSTRACT

Optimal service quality can be used as one of the company's strategies to increase and retain customers. The purpose of this study is to influence the influence of service quality on customer loyalty at the Bank SulutGo Head Office in Manado City. This type of research is quantitative research and the research method uses descriptive research methods, field research methods and library research methods. The study took samples from one population using a questionnaire in the form of google form as a data collection tool. The population taken was customers of the Bank SulutGo Head Office in Manado City but the sample involved 50 respondents using the hair at al method. The analysis used is Descriptive Statistical Analysis, Total Score Simple Linear Regression. The results of the research analysis The correlation coefficient value r = 0.552, indicates that service quality has a very strong and significant relationship to increasing customer loyalty at the Bank SulutGo Head Office. The coefficient of determination value shows that the increase in customer loyalty is 55.2% influenced by service quality while the remaining 44.8% is influenced by other factors outside this study. The analysis results show that service quality has a significant influence on increasing customer loyalty at the Bank SulutGo Head Office in Manado City. Therefore, management and the company need to pay more attention to service quality by paying closer attention to internal and organizational factors related to service quality to increase customer loyalty.

Keywords : Service Quality, Customer Loyalty

MOTTO

وَمَنْ سَلَكَ طَرِيقًا يَلْتَمِسُ فِيهِ عِلْمًا سَهَّلَ اللَّهُ لَهُ بِهِ طَرِيقًا إِلَى الْجَنَّةِ

"Siapa yang menempuh jalan untuk mencari ilmu, maka Allah akan memudahkan baginya jalan menuju surga."

- (HR. Muslim)-

" *Keberhasilan dan kegagalanmu bergantung sepenuhnya kepada Allah. Allah akan menolongmu, maka tidak ada yang dapat mengalahkanmu. Sebaik;baiknya penolongmu adalah Allah.*"

–(Qs. Ali-Imran : 160)-

Kupersembahkan Karya ini untuk :
Allah SWT yang senantiasa menganugrahkan kasihNya dan RahmatNya Papa, Mama dan Kakak tercinta dan Ramadhan Dwi Novianto serta Sahabat terbaik Fachria Takaendengan, Indah Sumajow, Natasia Makaado untuk segela motivasi, doa dan pengorbanan untuk keberhasilan saya

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi oleh Nuzulia Andini Subakir
Telah disetujui dan diuji

Manado, 15 September 2025

Disetujui,

Dosen Pembimbing 1,	Dosen Pembimbing 2,
Willm Gilbert Pomantow, SE.,M.Si	**Dr. Robby Tanod Mamusung, SE.,MM**
NIP. 19651119 199003 1 003	NIP. 19650718 199702 1 001

Ketua Panitia,

PANITIA
SKRIPSI / TUGAS A...
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI MANADO

Juliet P.T Makinggung, SE.,M.Si
NIP. 19730722 200212 2 001

LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA KANTOR PUSAT PT. BANK SULUTGO DI KOTA MANADO

Oleh

NUZULIA ANDINI SUBAKIR

NIM. 21053031

Telah Dipertimbangkan Di Depan Dewan Penguji Dan Dinyatakan Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Terapan Manajemen (S.Tr.M)

Pada Tanggal 15 September 2025

Ketua/Penguji 1,

Willem Gilbert Pomantow, SE., M.Si

NIP. 19651119 199003 1 003

Penguji 2,

Diana Roweina S. Maramis, SE., M.Si

NIP. 19720915 200212 2 001

Penguji 3,

Cysca Adeleida Juliana Langi, SE.,M.Si

NIP. 19690613 199403 2 001

Mengetahui,

Ketua Jurusan Administrasi Bisnis

Diana Roweina S. Maramis, SE.,M.Si

NIP. 19720915 200212 2 001

POLITEKNIK NEGERI MANADO					
FORMULIR	FM-203 ed.A rev.0	ISSUE: A	Issued: 26-02-2020	UPDATE: 0	Updated: 00-00-0000

SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama	:	Nuzulia Andini Subakir
NIM	:	21053031
Jurusan	:	Administrasi Bisnis
Program Studi	:	DIV Manajemen Bisnis
Judul Skripsi	:	"Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Kantor Pusat PT. Bank SulutGo Di Kota Manado"

Dengan ini menyatakan bahwa tulisan karya ilmiah berupa Skripsi ini adalah asli karya penulis, tidak ada karya/ data orang lain yang telah dipublikasikan, dan bukan karya orang lain dalam rangka mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi, selain yang diacu dalam kutipan dan/ atau dalam daftar pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat, jika dikemudian hari terbukti karya ini merupakan karya orang lain baik yang di publikasikan maupun dalam rangka memperoleh gelar akademik di perguruan tinggi, saya bersedia ditindak sesuai peraturan perundang- undangan yang berlaku, dan siap untuk dicabut gelar akademik saya.

Manado, September 2025

Yang membuat pernyataan,

Nuzulia Andini Subakir
NIM. 21053031

FM-203 ed.A rev.0

BIOGRAFI

Nama Lengkap	:	Nuzulia Andini Subakir
NIM	:	21053031
Tempat, Tanggal Lahir	:	Manado, 14September 2004
Agama	:	Islam
Alamat Tempat Tinggal	:	Paniki Bawah Lingkungan 10
Riwayat Pendidikan	:	SD Inpres Mapanget Barat Tamat 2015
	:	SMP Negeri 10 Manado Tamat 2018
	:	SMA Negeri 8 Manado Tamat 2021
	:	Mahasiswa Politeknik Negeri Manado Tahun 2021 Sampai sekarang.
Nama Ayah	:	Badry Subakir
Nama Ibu	:	Endang S. Riyadi
Alamat Orang Tua	:	Paniki Bawah Lingkungan 10

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT dengan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, penulis diberikan kesempatan kesehatan, serta kekuatan dalam menyusun Skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan Diploma IV pada Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Manajemen Bisnis di Politeknik Negeri Manado

Penyusunan Skripsi ini adalah berkat bantuan, dukungan dan saran dari berbagai pihak yang telah meluangkan waktunya baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga Skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Penulis menyadari dalam penyusunan Skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Karena itu pada kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Dra. Maryke Alelo, MBA, sebagai Direktur Politeknik Negeri Manado
2. Dr. Diana Tangian, SH.,M.Si, sebagai Wakil Direktur 1 Bidang Akademik Politeknik Negeri Manado
3. Selvy Kalele, SE.,M.Si, sebagai Wakil Direktur 2 Bidang Keuangan dan Umum Politeknik Negeri Manado
4. Rudolf Estephanus Golioth Mait, ST.,MT, sebagai Wakil Direktur 3 Bidang Kemahasiswaan dan Alumni Politeknik Negeri Manado
5. Juliet P.T Makinggung, SE.,M.Si, sebagai Wakil Direktur 4 Bidang Perencanaan dan Kerja Sama Politeknik Negeri Manado & Ketua Panitia Tugas Akhir dan Skripsi Tahun 2025
6. Diana Roweina S Maramis, SE.,M.Si, sebagai Ketua Jurusan Administrasi Bisnis
7. Arif manuel Kolondam,SE.,MM, sebagai Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis
8. Preyclia Ribka Rambing,SE.,MM, sebagai Ketua Program Studi Manajamen Bisnis
9. Vekky Supit, SE.,M.Si sebagai Sekertaris Panitia Tugas Akhir dan Skripsi Tahun 2025
10. Lietje Lumatauw, S.Th.,M.Si sebagai Dosen Wali

11. Willem Gilbert Pomantow, SE.,M.Si, sebagai Dosen Pembimbing 1 Proposal Penelitian dan Skripsi
12. Dr. Robby Tanod Mamusung,SE.,MM, sebagai Dosen Pembimbing 2 Proposal Penelitian dan Skripsi
13. Diana Roweina S. Maramis, SE,.,M.Si, sebagai Dosem Penguji 2 Proposal Penelitian dan Skripsi
14. Cysca Adeleida Juliana Langi, SE,.,M.Si sebagai Dosen Penguji 3 Proposal Penelitian dan Skripsi
15. Seluruh Tenaga Pendidikan Jurusan Administrasi Bisnis
16. Bpk. Revino Pepah, selaku Direktur Utama Kantor Pusat PT. Bank SulutGo
17. Pimimpin Divisi dan Pimpinan Department serta Staf Karyawan Divisi Operasional & Layanan Kantor Pusat Kantor Pusat PT. Bank SulutGo
18. Kedua orang tua tercinta Mama dan Papa yang selalu menjadi sumber semangat,doa,dan kasih sayang tiada henti. Terima kasih atas segala pengorbanan, kerja keras, dan perjuangan kalian menjadi semangat dalam setiap langkah penulis. Dan kakak laki-laki saya Aditya Gunawan Subakir yang selalu ada untuk memberi dukungan, motivasi serta menjadi tempat bercerita dan bertukar pikiran.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa Skripsi penelitian ini masih terdapat banyak kelemahan dan kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat berterima kasih jika ada koreksi dan saran yang diberikan yang bersifat membangun guna untuk penyempurnaan Skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk penulis yang lebih baik dan semoga Skripsi ini bisa bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Manado, 15 September 2025

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
ABSTRAK ii
MOTTO iv
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING v
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN vi
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN vii
BIOGRAFI viii
KATA PENGANTAR ix
DAFTAR ISI xii
DAFTAR TABEL xv
DAFTAR GAMBAR xvi
DAFTAR LAMPIRAN xvii

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang 1
1.2 Identifikasi Masalah 5
1.3 Rumusan Masalah 6
1.4 Tujuan Penelitian 6
1.5 Manfaat Penelitian 6

BAB II KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS 8

2.1 Landasan Teori 8
2.1.1 Konsep Manajemen Pemasaran 8
2.1.2 Konsep Kualitas Layanan 9
2.1.3 Konsep Loyalitas Nasabah 17
2.2 Kerangka Teoritik 20
2.3 Hasil Penelitian Terdahulu 22
2.4 Kerangka Pikir 25
2.5 Alur Pikir 26
2.6 Hipotesis 27

BAB III METODOLOGI PENELITIAN 28

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian 28
3.2 Jenis Penelitian dan Metode Penelitian 28

3.2.1 Jenis Penelitian 28
3.2.2. MetodePenelitian 28
3.3 Jenis Data dan Pengumpulan Data 29
3.3.1 Jenis Data 29
3.3.2 Metode Pengumpulan Data 30
3.4 Populasi dan Sampel 31
3.4.1 Populasi 31
3.4.2 Sampel 30
3.5 Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Variabel 32
3.5.1 Definisi Operasional Variabel 32
3.5.2 Skala Pengukuran Variabel 34
3.6 Metode Analisis Data 35
3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif 36
3.6.2 Total Skor 36
3.6.3 Pengukuran Validitas dan Reliabilitas 37
3.6.4 Analisis Korelasi 43
3.6.5 Analisis Regresi Linear Sederhana 44
3.6.6 Pengujian Hipotesis 45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 46
4.1 Gambaran Umum Perusahaan 46
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan 46
4.1.2 Lokasi dan Profil Perusahaan 47
4.1.3 Visi dan Misi Perusahaan 48
4.1.4 Logo dan Makna Perusahaan 48
4.1.5 Struktur Organisasi Perusahaan 50
4.1.6 Uraian Tugas *(Job Description)* 51
4.1.7 Produk dan Layanan 58
4.2 Hasil Analisis 64
4.2.1 Karakteristik Responden 64
4.2.2 Hasil Analisis Deskriptif 68
4.2.3 Hasil Analisis Instrumen Jawaban Responden 70

4.2.4 Total Skor 74
4.2.5 Analisis Grafik 77
4.2.6 Hasil Analisis Regresi Sederhana 79
4.2.7 Uji Hipotesis Uji t 82
4.3 Pembahasan 84
4.4 Implementasi 91
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN 94
5.1 Kesimpulan 94
5.2 Saran 95
DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Teks	Halaman
2.1	Hasil Penelitian Terdahulu	22
3.1	Kisi-kisi Instrumen Kualitas Layanan	33
3.2	Kisi-kisi Instrumen Loyalitas Nasabah	34
3.3	Pedoman Skala Nilai Instrumen Jawaban Responden	37
3.4	Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan (X)	39
3.5	Uji Validitas Variabel Loyalitas Nasabah (Y)	40
3.6	Reliabilitas Indikator Kualitas Layanan (X)	42
3.7	Reliabilitas Indikator Loyalitas Nasabah (Y)	42
3.8	Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	44
4.1	Deskriptif Statistik Variabel	68
4.2	Rentang Skala Nilai dan Kategori Jawaban	70
4.3	Instrumen Jawaban Responden Kualitas Layanan Pada Kantor Pusat PT. Bank SulutGo	71
4.4	Instrumen Jawaban Responden Loyalitas Nasabah Pada Kantor Pusat PT. Bank SulutGo	73
4.5	Presentase Total Skor Jawaban Instrumen Variabel Kualitas Layanan	74
4.6	Presentase Total Skor Jawaban Instrumen Variabel Loyalitas Nasabah	76
4.7	Model Summary Korelasi dan Regresi Sederhana Kualitas Layanan (X) Terhadap Loyalitas Nasabah (Y)	80
4.8	Summary Output Coefficients Variabel Kualitas Layanan (X) Terhadap Loyalitas Nasabah (Y)	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar **Teks** **Halaman**

2.1 Kerangka Berpikir 25
2.2 Pradigma Penelitian 27
4.1 Logo dan Makna Perusahaan 48
4.2 Struktur Organisasi Perusahaan 51
4.3 Jumlah Nasabah Berdasarkan Jenis Kelamin 65
4.4 Jumlah Nasabah Berdasarkan Pendidikan 66
4.5 Jumlah Nasabah Berdasarkan Usia 67
4.6 Total Skor Kualitas Layanan (X) 75
4.7 Total Skor Loyalitas Nasabah (Y) 76
4.8 Grafik Histogram Korelasi dan Regresi Linear Sederhana Variabel Kualitas Layanan (X) Terhadap Loyalitas Nasabah (Y) 78
4.9 Normal Plot Regresi Residual Standar 79

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran **Teks** **Halaman**

1. Kuesioner Penelitian 102
2. Skor Kualita Layanan X Dari 50 Responden 103
3. Skor Kualita Layanan Y Dari 50 Responden 104
4. Total Skor X dan Y 105
5. Tabel Nilai t 106
6. Tabel Statistik r (Taraf Signifikan 5%) 107

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan bisnis jasa keuangan di indonesia semakin hari semakin ketat, ditndai dengan banyaknya bermunculan lembaga keuangan baik perbankan maupun non perbankan. Memenangkan persaingan tersebut demi mempertahankan kelangsungan hidup usahanya dengan berbagai strategi yang harus dilakukan, dimana salah satu cara untuk menaikan kapabilitas tersebut yaitu meningkatkan kualitas layanan

Perubahan yang terjadi seperti tekanan ekonomi dan pemasaran, tekanan informasi, tekanan lingkungan, harapan konsumen, dan lain-lain akan mendorong organisasi untuk meningkatkan kinerja dan daya saing. Masalah utama yang dihadapi perusahaan saat ini, bagaiman perusahaan tersebut menarik nasabah dan mempertahankannya sehingga perusahaan tersebut dapat bertahan dan berkembang. Tujuan tersebut akan mencapai jika perusahaan mampu memberikan kepuasan para nasabah.

Upaya meningkatkan kualitas layanan dan loyalitas nasabah, maka yang perlu diperhatikan yaitu bagaimana usaha internal perusahaan memperbaiki kinerja dan meningkat kualitas layanan sehingga menumbuhkan tingkat kepercayaan dari pihak nasabah kepada perusahaan. Hal ini mempunyai kaitan erat dengan citra perusahaan jadi ketika perusahaan mencapai suatu citra yang baik dari publik pada umumnya dan kepada nasabah pada khususnya maka nasabahpun memilih untuk tidak melepaskan hubungannya dengan pihak perusahaan.

Menurut Kotler dan Keller (2016:157), kualitas layanan merupakan keseluruhan karakteristik dan sifat dari suatu produk atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan. Kualitas layanan bukan hanya sekadar menyelesaikan transaksi, tetapi mencakup interaksi antara penyedia jasa dan nasabah secara menyeluruh, mulai dari kecepatan, keakuratan, kenyamanan, hingga empati petugas dalam melayani. Hal ini sejalan dengan pendapat Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988:23) yang menyatakan bahwa kualitas layanan dipengaruhi oleh lima dimensi utama, yaitu tangibles (bukti fisik), reliability (keandalan), responsiveness (daya tanggap), assurance (jaminan), dan empathy (empati). Dimensi-dimensi ini menjadi acuan dalam menilai seberapa jauh pelayanan yang diberikan dapat memenuhi harapan nasabah.

Di Indonesia sektor perbankan mengalami perubahan besar dalam dua dekade terakhir, didorong oleh perkembangan teknologi digital, perubahan regulasi, dan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap hak-hak konsumen. Dalam situasi seperti ini, loyalitas nasabah tidak dapat diperoleh hanya dengan harga atau lokasi strategis, tetapi juga dengan bagaimana pengalaman nasabah dalam berinteraksi dengan pihak bank. Tjiptono (2014:262) menyebutkan bahwa loyalitas pelanggan merupakan wujud dari sikap positif pelanggan terhadap suatu merek atau perusahaan yang tercermin dalam tindakan pembelian ulang secara berkelanjutan.

Membangun loyalitas bukanlah hal yang mudah. Dalam praktiknya, banyak nasabah yang merasa kecewa karena pelayanan yang lambat, kurang ramah, atau informasi yang tidak jelas. Keadaan ini dapat memicu churn rate (tingkat perpindahan nasabah) yang tinggi. Berdasarkan data survei nasional dari OJK dan

Lembaga Survei Indonesia, alasan utama nasabah berpindah ke bank lain adalah karena merasa tidak dilayani dengan baik. Oleh karena itu, penting bagi setiap bank, termasuk bank daerah, untuk terus mengevaluasi dan meningkatkan kualitas pelayanannya.

Kantor Pusat PT. Bank SulutGo sebagai bank pembangunan daerah yang berperan besar dalam mendukung pertumbuhan ekonomi Sulawesi Utara, memiliki tanggung jawab besar dalam menjaga kepercayaan dan loyalitas nasabahnya. Kantor Pusat PT. Bank SulutGo di Kota Manado sebagai pusat operasional dan pelayanan utama, menjadi representasi langsung dari citra dan kredibilitas instansi tersebut. Ketika nasabah merasa puas dengan layanan yang mereka terima, maka mereka cenderung akan kembali menggunakan jasa bank, merekomendasikannya kepada orang lain, bahkan tetap setia meskipun ada tawaran menarik dari bank pesaing.

Loyalitas nasabah memiliki nilai strategis jangka panjang. Menurut Griffin (2005:31), pelanggan yang loyal cenderung lebih toleran terhadap kesalahan layanan, tidak mudah terpengaruh oleh pesaing, serta memberikan kontribusi besar terhadap profitabilitas perusahaan melalui repeat purchase dan word-of-mouth. Artinya, kualitas layanan yang tinggi tidak hanya berdampak pada kepuasan sesaat, tetapi juga menciptakan hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan antara bank dan nasabah.

Kualitas layanan yang buruk, di sisi lain, dapat menciptakan persepsi negatif yang sulit diperbaiki. Persepsi ini bisa menyebar secara cepat melalui media sosial dan jaringan komunikasi antar pelanggan, sehingga dapat merusak reputasi bank.

Oleh karena itu, pengukuran dan peningkatan kualitas layanan secara berkala menjadi kebutuhan mutlak dalam manajemen bank modern. Hal ini relevan dengan pendapat Lovelock dan Wirtz (2011:18) bahwa dalam sektor jasa, kualitas layanan adalah kunci diferensiasi dan keunggulan kompetitif.

Dalam konteks lokal, berbagai masukan dan keluhan dari masyarakat Manado terhadap pelayanan bank, seperti lamanya antrean, kurangnya keramahan petugas, atau kurang jelasnya informasi produk, menjadi indikator bahwa masih terdapat celah dalam pelayanan yang perlu dibenahi. Meskipun Kantor Pusat Kantor Pusat PT. Bank SulutGo telah melakukan berbagai inovasi layanan, namun evaluasi secara objektif berdasarkan persepsi nasabah tetap diperlukan untuk mengetahui apakah kualitas layanan tersebut telah efektif dalam membangun loyalitas.

Melihat pentingnya peran kualitas layanan dalam membentuk loyalitas nasabah, diperlukan penelitian yang secara empiris menguji sejauh mana hubungan antara kedua variabel tersebut. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran konkret tentang aspek pelayanan mana yang perlu diperkuat agar nasabah tidak hanya puas, tetapi juga tetap loyal dalam jangka panjang. Hubungan baik dengan publik, penanaman pengertian, serta menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik dapat dilaksanakan melalui peningkatan kualitas layanan dari Kantor Pusat PT. Bank SulutGo. Peningkatan kualitas layanan dapat dilakukan melalui peningkatan peran *customer service*, sehingga akan menjawab permasalahan yang dihadapi Kantor Pusat PT. Bank SulutGo dimana variabel kualitas layanan terjadi kesenjangan (gap) antara loyalitas nasabah , kurangnya loyalitas nasabah masih

belum stabil dan mudah berpindah ke bank lain, kurangnya dimensi layanan yang paling dominan mempengaruhi loyalitas belum diketahui secara jelas, kurangnya data empiris mengenai pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah. Sehingga terdapat indikator masing – masing variabel diatas. Berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk melakukan suatu penelitian mengenai **"Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Kantor Pusat PT. Bank SulutGo di Kota Manado".**

1.2 Identifikasi Masalah

1. Kurangnya pelayanan di Kantor Pusat PT. Bank SulutGo belum sepenuhnya memuaskan nasabah
2. Kurangnya loyalitas nasabah masih belum stabil dan mudah berpindah ke bank lain
3. Kurangnya dimensi layanan yang paling dominan mempengaruhi loyalitas belum diketahui secara jelas

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan Identifikasi Masalah yang ada, maka penulis merumuskan masalahnya, sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas layanan di Kantor Pusat PT. Bank SulutGo?
2. Bagaimana loyalitas nasabah di Kantor Pusat PT. Bank SulutGo?
3. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menegetahui dan mendeskripsikan persepsi nasabah terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh Kantor Pusat PT. Bank SulutGo
2. Untuk mengetahui tingkat loyalitas nasabah di Kantor Pusat PT. Bank SulutGo
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah pada Kantor Pusat PT. Bank SulutGo

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi Instansi Terkait

   Sebagai bahan pertimbangan bagi pimpinan Kantor Pusat PT. Bank SulutGodalam aspek-aspek layanan yang perlu ditingkatkan. Hasil penelitian dapat digunakan untuk merancang program pelatihan yang lebih tepat sasaran bagi karyawan, sehingga meningkatkan kompetensi dan keterampilan dalam memberikan layanan yang berkualitas.

2. Bagi Institusi Pendidikan

   Memberikan kontribusi bagi ilmu pemasaran dihasilkan dari suatu proses penelitian untuk memperluas, menguji, mengembangkan dan memperdalam pemahaman terhadap teori-teori pemasaran

3. Bagi Peneliti

   Dapat meningkatkan keterampilan dalam penelitian, analisis data, dan penulisan akademik, yang berguna untuk karir di masa depan.

Serta dapat menjadi bagian penting dari portofolio penulis yang dapat digunakan untuk melamar pekerjaan atau melanjutkan studi.

BAB II
KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Konsep Manajemen Pemasaran

Manajemen Pemasaran adalah proses strategi yang mencakup perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan semua aktivitas pemasaran untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan mencapai tujuan organisasi. Konsep ini merupakan bagian dari ilmu manajemen yang berfokus pada suatu produk atau jasa dapat dipasarkan dengan cara yang efektif dan menguntungkan

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2009:5), Manajem pemasaran adalah seni dan ilmu memilih pasar sasaran serta memperoleh, mempertahankan dan menumbuhkan pelanggan melalui pimciptaan, penyampaian dan komunikasi nilai pelanggan yang unggul. Menurut Basu Swastha & Irawan (2005:5) Manajemen Pemasaran yaitu sebuah perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian kegiatan pemasaran untuk mencapai tujuan perusahaan secara efektif dan efisien.

Dari beberapa pendapat yang dikemukakan, dapat disintesiskan bahwa manajemen pemasaram merupakan mempertahankan, penyampaian, mempromosikan, perencanaan, implementasi dan pengendalian, untuk menciptakan pasar sasaran dengan tujuan akhir memperoleh keuntungan.

Disisi lain, Menurut William J. Stanton (1981) , mengatakan bahwa tujuan perencanaan manajemen pemasaran adalah :

1. Untuk menentukan tujuan pemasaran yang jelas dan terukur
2. Untuk menganalisis dan memilih pasar sasaran (Target Pasar)
3. Untuk menentukan strategi produk
4. Untuk menetapkan strategi harga yang sesuai
5. Untuk merancang program promosi yang efektif
6. Untuk meningkatkan koordinasi antara fungsi dalam organisasi
7. Menyesuaikan produk dan strategi dengan perilaku konsumen
8. Meningkatkan Return on Marketing Investment

William J. Stanton (1981), mengemukakan delapan fungsi manajemen pemasaran yaitu : 1) Pembelian, 2) Penjualan, 3) Transportasi, 4) Penyimpanan, 5) Standarisasi dan Grading, 6) Pembiayaan, 7) Pengambilan Risiko, 8) Informasi Pasar

2.1.2 Konsep Kualitas Layanan

2.1.2.1 Pengertian Kualitas Layanan

Kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia/tenagakerja, proses dan tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau konsumen. Garvin (1998). Selera atau harapan konsumen pada suatu produk selalu berubah sehingga kualitas produk juga harus berubah atau disesuaikan. Dengan perubahan kualitas produk tersebut, diperlukan perubahan atau peningkatan keterampilan tenaga kerja, perubahan proses produksi dan tugas, serta perubahan lingkungan perusahaan agar produk dapat memenuhi atau melebihi harapan konsumen

Sedangkan menurut Kotler dan Muhtosim (2010:117) mendefinisikan kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat suatu produk atau layanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. Suatu barang atau jasa akan dinilai produk tersebut.

Pelangan adalah kegiatan yang diselenggarakan organisasi menyangkut kebutuhan pihak konsumen dan akan menimbulkan kesan tersendiri, dengan adanya layanan yang baik maka konsumen dan akan menimbulkan kesan tersendiri, dengan adanya layanan yang baik maka konsumen akan merasa puas, dengan demikian layanan merupakan hal yang sangat penting dalam upaya menarik konsumen untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. R.A. Supriyono (1999) Sdangkan menurut Kotler (2003) layanan didefinisikan sebagai setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.

Kualitas layanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan dengan produk, layanan, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas layanan yang diharapkan. Menurut Tjiptono (2011), definisi kualitas layanan ini adalah upaya pemenuhan kebutuhan yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaiannya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut, dikatakan bahwa service quality atau kualitas layanan adalah pemenuhan kebutuhan dan keinginan layanan adalah pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan

pelanggan.

Kualitas layanan merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau layanan yang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung. Kotler dan Amstrong (2012:681). Produk layanan yang berkualitas mempunyai peranan penting untuk membentuk kepuasan layanan. Semakin berkualitas produk dan layanan yang diberikan, maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan semakin tinggi, maka dapat menimbulkan keuntungan bagi badan usaha tersebut. Salah satu cara utama mempertahankan sebuah perusahaan jasa adalah memberikan jasa dengan kualitas layanan yang lebih tinggi dari pesaing secara konsisten dan memenuhi harapan pelanggan. Sedangkan menurut Rambat Lupiyoadi (2015:65) kualitas layanan adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. Kualitas layanan dapat dapat diketahui dengan cara membandingkan presepsi pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya mereka harapkan. Kualitas layanan yang menjadi hal pertama yang diperhatikan serius oleh perusahaan, yang melibatkan seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan.

Berdasarkan definisi-definisi di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas layanan adalah segala bentuk tindakan atau perbuatan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lainnya dengan senantiasa memperhatikan produk, manusia/tenaga kerja, proses serta lingkungan guna pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan

2.1.2.2 Prinsip-prinsip Kualitas Layanan

Menciptakan layanan yang berkualitas kepada nasabah dan dapat memenuhi harapan nasabah, suatu perusahaan harus mampu memenuhi enam prinsip utama kualitas layanan. Keenam prinsip ini sangat bermanfaat dalam membentuk dan memperthankan lingkungan yang tepat untuk melaksanakan penyempurnaan kualitas secara berkesinambungan dengan didukung oleh seluruh pihak yang terkait seperti karyawan dan nasabah. Prinsip-prinsip kualitas layanan dimaksudkan agar perusahaan mampu menciptakan, meningkatkan, dan mempertahankan kualitas layanannya. Prinsip-prinsip yang terdapat dalam kualitas layanan menurut Tjiptono (2012:75) adalah sebagai berikut :

1. Kepemimpinan

Strategi perusahaan harus merupakan inisiatif dan komitmen dari manajemen puncak untuk meningkatkan kinerja kualitasnya, tanpa adanya kepemimpinan maka usaha untuk meningkatkan kualitas layananhanya berdampak kecil terhadap perusahaan.

2. Perencanaan

Proses perencanaan strategi harus mencakup pengukuran dan tujuan kualitas yang dipergunakan dalam mengarahkan perusahaan untuk mencapai misinya.

3. *R*eview

Proses *review* merupakan satu-satunya alat yang efektif bagi manajemen untuk mengubah perilaku organisasional. Proses ini merupakan suatu mekanisme yang menjamin adanya perhatian yang konstan dan terus-menerus dalam mencapai tujuan kualitas.

4. Komunikasi

Komunikasi harus dilakukan agar mencapai kenyamanan nasabah dan pemilik perusahaan itu. Melalui komunikasi, perusahaan akan selalu mengetahui berbagai respon yang muncul dari nasabah setelah mengkomunikasi layanan yang diberikan, sehingga perusahaan dapat dengan mudah untuk melakukan control dan evaluasi kualitas layanan

5. Penghargaan dan Pengukuran

Setiap karyawan yang berprestasi tersebut diakui agar dapat memberikan kontribusi yang besar bagi perusahaan dan nasabah yang dilayaninya.

6. Pendidikan

Semua personil mulai dari manajemen puncak sampai karyawan operasional harus memperoleh pendidikan mengenai kualitas.

2.1.2.3 Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Layanan

Menurut Tjiptono (2012:178), terdapat beberapa faktor yang dapat mengurangi layanan sebuah perusahaan. Sehingga setiap perusahaan perlu memperhatikan faktor-faktor yang menyebabkan penurunan kualitas layanan seperti :

1. Produksi dan konsumsi yang terjadi secara simultan

Karakter dari layanan itu sendiri adalah inseparability, artinya layanan tersebut diproduksi dan dikonsumsi pada waktu yang bersamaan. Sehingga terjadi interaksi antara penyedia layanan dan nasabah yang memungkinkan terjadi hal-hal berdampak negative di mata nasabah

2. Intensitas tenga kerja yang tinggi

Keterlibatan karyawan secara intensif dalam penyampaian layanan dapat pula menimbulkan dampak negatif pada kualitas, yaitu berupa tingginya variabilitas layanan yang dihasilkan. Seperti pelatihan kurang memadai atau pelatihan tidak sesuai dengan kebutuhan, motivasi karyawan kurang diperhatikan, dan lain-lain. Dukungan terhadap pelanggan internet kurang memadai karyawan front-line adalah ujung tombak dalam sistem penyampaian layanan. Karyawan front-line dapat dikatakan sebagai citra perusahaan karena karyawan-karyawan tersebut memberikan kesan pertama kepada nasabah. Agar para karyawan front-line mampu memberikan layanan dengan efektif, diperlukan dukungan dari perusahaan seperti dukungan informasi, (proseduroperasional), peralatan (pakaianseragam material), maupun pelatihan keterampilan.

3. Gap komunikasi

Komunikasi merupakan faktor penting dalam menjalin hubungan antara perusahaan dengan nasabah. Bila terjadi gap komunikasi, maka nasabah memberikan penilaian negative terhadap kualitas layanan. Gap-gap komunikasi tersebut dapat berupa

a) Penyedialayanan memberikan janji yang berlebihan, sehingga tidak mampu memenuhinya
b) Penyedian layanan tidak selalu memberikan informasi terbaru kepada nasabah
c) Pesan komunikasi yang disampaikan penyedia layanan tidak dipahami nasabah
d) Penyedia layanan tidak memperhatikan atau menindaklanjuti keluhan atau saran nasbah

4. Memperlakukan semua pelanggan dengan cara yang sama

Setiap nasabah memiliki karakter, emosi, keinginan yang berbeda-beda. Penyedian layanan harus memahami keunikan dan perbedaan yang ada, sehingga tidak dapat memperlakukan semua nasabah dengan cara yang sama.

5. Perluasan antara pengembangan layanan secara berlebihan

Penambahan layanan dapat berdampak baik atau bahkan berdampak negatif mengurangi *Service Quality* pada sebuah perusahaan. Dampak baiknya adalah untuk menyempurnakan *Service Quality* menjadi lebih baik. Tetapi di sisi lain, apabila layanan baru terlampau banyak, hasil yang didapat belum tentu optimal.

6. Visi bisnis jangka pendek

Visi bisnis jangka pendek dapat merusak *Service Quality* yang sedang ditunjukan untuk jangka panjang. Sehingga pelanggan akan datang keperusahaan yang mungkin jaraknya tidak dekat dari tempat tinggal, sehingga dapat meimbulkan keluhan akan jaraknyadan presepsi negatif terhadap kualitas layanan

perusahaan tersebut.

2.1.2.4 Indikator Kualitas Layanan

Menurut Parasuraman (1988), terdapat lima indikator kualitas layanan, yaitu sebagai berikut :

1. Bukti Fisik *(Tangible)*

Kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari layanan yang diberikan oleh pemberi layanan.

2. Keandalan *(Reliabilty)*

Kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan nasabah yang berarti ketepatan waktu, layanan yang sama untuk semua nasabah tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.

3. Daya Tanggap *(Responsiveness)*

Suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan layanan yang cepat (responsif) dan tepat pada nasabah dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan nasabah menunggu persepsi yang negatif dalam kualitas layanan.

4. Jaminan *(Assurance)*

Pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk

menumbuhkan rasa percaya para nasabah kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen anatara lain komunikasi *(communication)*, kredibilitas *(credibility)*, keamanan *(security)*, dan sopan santun*(courtesy)*.

5. Empati *(Empathy)*

Memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para nasabah dengan berupaya memahami keinginan nasabah. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang nasabah, memahami kebutuhan nasabah secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyamana bagi nasabah.

2.1.3 Konsep Loyalitas Nasabah

2.1.3.1 Pengertian Loyalitas Nasabah

Tujuan dari meningkatkan kualitas layanan adalah untuk menciptakan pelanggan yang loyal. Perusahaan yang telah memiliki banyak pelanggan loyal akan memenangkan persaingan dengan para kompetitornya yang pada akhirnya dapat meningkatkan profit perusahaan. Disamping itu pelanggan yang loyal juga akan merekomendasikan produk/layanan tersebut kepada orang lain yang merupakan nasabah potensial.

Loyalitas nasabah adalah kecenderungan pelanggan untuk membeli sebuah produk atau menggunakan layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan dan tingkat konsisten yang tinggi. Loyalitas nasabah akan menjadi kunci sukses tidak hanya dalam jangka pendek tetapi keunggulan bersaing secara berkelanjutan. Hal ini karena loyalitas memiliki nilai strategi bagi perusahaan. Imbalan dari loyalitas

bersifat jangka panjang dan komulatif, jadi semakin lama loyalitas seorang nasabah semakin besar laba yang dapat diperoleh perusahaan.

Menurut Oliver *(dalam Sangadji dan Sopiah, 2013)* menyatakan bahwa loyalitas nasabah adalah komitmen nasabah bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau layanan terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.

Loyalitas nasabah dalam konteks pemasaran layanan sebagai respon yang terkait erat dengan ikrar atau janji untuk memegang teguh komitmen relasi, dan biasanya tercemin dalam pembelian berkelanjutan dari peneyedia layanan yang sama atas dasar dedikasi dan kendala pragmatis, Parasuraman (dalam Sangadji dan Sopiah, 2013). Menjaga pelanggan tetap senang kemudian dengan setia menggunakan layanan yang kita berikan, dapat melalui beberapa aspek yaitu salah satunya melalui kualitas layanan yang diberikan itu merupakan cara terbaik untuk bertahan dalam persaingan. Loyalitas Pelanggan menjadi kunci sukses sebuah perusahaan, tidak hanya dalam jangka pendek tetapi perusahaan memiliki keunggulan bersaing secara berkelanjutan. Hurriyati (2005) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan merupakan dorongan yang sangat penting untuk menciptakan penjualan. Sedangkan menurut Hasan (2014) loyalitas nasabah adalah orang yang membeli secara teratur dan berulang-ulang, mereka secara terus menerus dan berulang kali datang kesuatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginanya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan layanan dan membayarnya.

Berdasarkan definisi-definisi diatas, dapat ditarik kesimpulan bahwa loyalitas nasabah adalah kecenderungan seseorang melakukan pembelian sebuah produk atau layanan secara konsisten dalam jangka waktu yang panjang dan kemudian merekomendasikan produk atau layanan tersebut kepada orang lain.

2.1.3.2 Keuntungan- Keuntungan Nasabah Loyal

Griffin (2005) mengemukakan keutungan-keuntungan yang akan diperoleh perusahaan apabila memiliki nasabah yang loyal, yaitu :

1. Penjualan meningkat karena nasabah membeli lebih banyak dari perusahaan.
2. Perusahaan memperkuat posisi dipasar bila para nasabah membeli dari perusahaan bukan dari pesaing perusahaan.
3. Biaya perusahaan menerun karena perusahaan tidak perlu menegeluarkan uang untuk memikat nasabah secara berulang-ulang. Selain itu, nasabah yang merasa puas akan bercerita ke nasabah lain, dengan demikian bisa mengurangi kebutuhan perusahaan untuk memasang iklan atau melakukan promosi.
4. Perubahan lebih terlindungi dari pesaing karena nasabah yang loyal kecil kemungkinan terpikat oleh diskon.

2.1.3.3 Indikator Loyalitas Nasabah

Menurut Griffin (2005), loyalitas pelanggan dapat diukur melalui beberapa indikator berikut :

1. Repeat Purchase (Pembelian ulang) : Nasabah secara rutin melakukan transaksi di bank tersebut.
2. Word of Mouth (Rekomendasi) : Nasabah menceritakan pengalaman positif banya kepada orang lain
3. Resistance to Switch (Engganberpindah) : Nasabah menunjukkan sikap enggan berpindah ke bank lain meskipun ada tawaran yang lebih menarik.
4. Customer Commitment (Komitmen) : Nasabah menunjukkan loyalitas jangka panjang terhadap bank

2.2 Kerangka Teoritik

2.2.1 Hubungan Antara Variabel Kualitas Layanan Dengan Loyalitas Nasabah

Dalam, suatu organisasi persaingan global saat ini, dunia kerja sangat membutuhkan orang yang biasa berpikir untuk maju cerdas, inovatif, dan mampu berkarya dengan semangat tinggi dalam menghadapi kemajuan zaman. Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan salah satu elemen yang harus diperhatikan dalam suatu organisasi terutama dalam karyawan untuk meningkatkan kerja. Dalam halini, kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah bertujuan penting dalam meningkatkan cirta perusahaan.

Kualitas layanan terhadap loyalitas nasaah sangat berpengaruh terhadap reputasi perusahaan. Kualitas layanan adalah ukuran sejauh mana layanan yang diberikan oleh suatu organisasi memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan. Dalam industri layanan, di mana interaksi langsung antara penyedia layanan dan pelanggan sangat dominan, kualitas layanan menjadi salah satu faktor

kunci yang menentukan tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan. Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry mendefinisikan kualitas layanan sebagai "penilaian pelanggan terhadap karakteristik keseluruhan layanan yang mereka terima." Mereka mengembangkan model SERVQUAL yang mengidentifikasi lima dimensi utama kualitas layanan: keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan aspek fisik. Menurut mereka, kualitas layanan tidak hanya bergantung pada hasil akhir, tetapi juga pada proses penyampaian layanan.

Selain kualitas layanan, loyalitas mencerminkan kecenderungan untuk terus memilih dan mendukung entitas tersebut, meskipun ada alternatif lain yang mungkin lebih baik atau lebih menarik. Dick dan Basu (1994) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan terdiri dari dua komponen utama: sikap dan perilaku. Loyalitas dapat diukur melalui tingkat kepuasan pelanggan dan frekuensi pembelian. Sedangkan Menurut Chaudhuri dan Holbrook (2001) mengemukakan bahwa loyalitas terdiri dari dua elemen : loyalitas kognitif (berbasis pengetahuan dan pengalaman) dan loyalitas efektif (berbasisemosi dan perasaan).

Berdasarkan pemaparan di atas dapat disintesiskan bahwa kualitas layanan dan loyalitas nasabah merupakan hubungan yang saling menguntungkan. Kualitas layanan yang baik meningkatkan kepuasan dan kepercayaan nasabah, yang berkontribusi pada loyalitas. Sebaliknya, loyalitas nasabah dapat memberikan umpan balik dan dukungan yang diperlukan untuk terus meningkatkan kualitas layanan. Fokus pada keduaaspekini sangat penting untuk mencapai kesuksesan jangka panjang dalam industri perbankan.

2.3 Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian, sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Dari penelitian terdahulu ini, beberapa penelitian dijadikan sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian pada penelitian penulis. Berikut merupakan penelitian terdahulu berupa, beberapajurnalterkaitdenganpenelitian yang dilakukanpenulisseperti pada Tabel 2.1 berikut ini:

Tabel 2.1
Hasil Peneliian Terdahulu

JUDUL PENELITIAN	PERSAMAAN	HASIL PENELITIAN
"Analisis Kualitas layanan terhadap Loyalitas yang dimediasi Kepuasan Nasabah (Studi pada bank pembangunan daerah cabang kaimana) Windi S. Animan, Moses Akely 2025".	Membuktikan bahwa kepuasan berperan sebagai variabel media siparsial, karena kualitas layanan berpengaruh secara langsung dan tidak langsung (melalui kepuasan) terhadap loyalitas nasabah.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah, baik secara langsung maupun tidak langsung melalui kepuasan nasabah.
"analisis Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan serta dampaknya pada Loyalitas Nasabah PT. Askrindo cabang bandung, Adi Suparwato 2025".	Penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan memediasi sepenuhnya hubungan antara kualitas pelayanan dan loyalitas, karena ketika kepuasan dikontrol, pengaruh langsung kualitas pelayanan terhadap loyalitas menjadi tidak signifikan	Hasil penelitian menunjukan ditemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan, dan kepuasan berperan sebagai mediator penuh terhadap loyalitas nasabah. Artinya, pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas hanya dapat terjadi jika nasabah merasa puas.

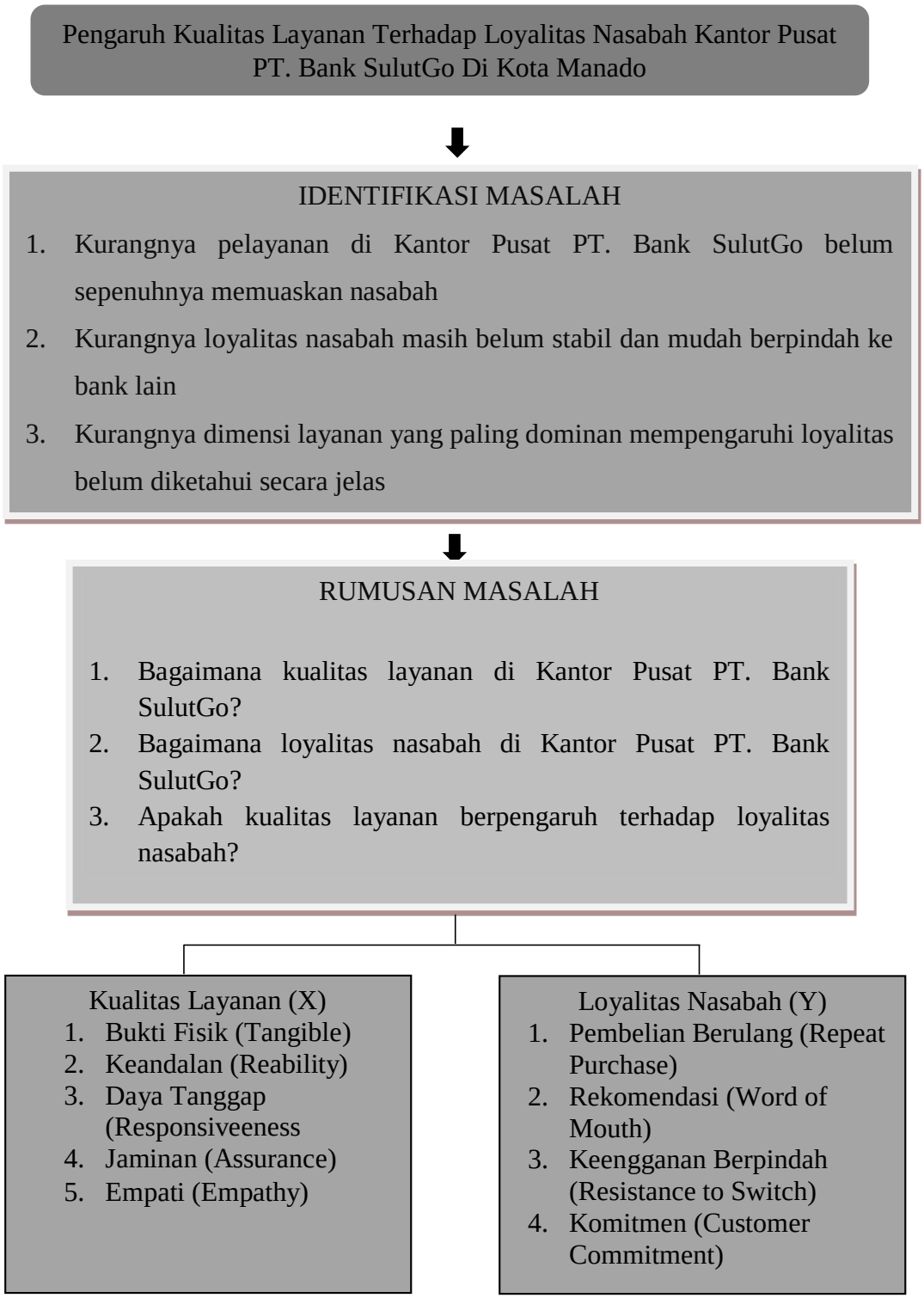
JUDUL PENELITIAN	PERSAMAAN	HASIL PENELITIAN
"Hubungan anatara Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Pelanggan pada nasabah PT. X cabang pamolo kansumenep, Moh Ajie Wahyu Setiawan 2022".	Penelitian ini menunjukkan loyalitas pelanggan sangat dipengaruhi oleh persepsi mereka terhadap kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan.	Hasil Penelitian ini menyimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas pelayanan dengan loyalitas pelanggan. Semakin baik kualitas layanan yang diterima, maka semakin tinggi loyalitas pelanggan terhadap perusahaan.
"Kualitas Layanan, Citra dan pengaruhnya terhadap Loyalitas melalui	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan	Hasil penelitian mengungkap bahwa baik kualitas layanan maupun citra perusahaan secara simultan

Kepuasan pelanggan (Studi pada PT. Bank Bni 46 sentra kredit kecil Surabaya), Falla Ilhami Saputra (2022)".	memediasi secara penuh pengaruh dari kualitas layanan dan citra perusahaan terhadap loyalitas, karena kualitas dan citra tidak lagi berpengaruh langsung jika kepuasan telah dimasukkan ke dalam model.	berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, dan kepuasan tersebut menjadi faktor utama yang menentukan loyalitas. Dalam hal ini, kepuasan berperan sebagai mediator penuh antara kualitas layanan dan citra dengan loyalitas.
"Kualitas pelayanan terhadap Loyalitas nasabah dengan Kepuasan nasabah simpanan sebagai variable intervening, Arianto Nirwana (2021)".	Penelitian ini membuktikan bahwa kepuasan nasabah terhadap produk simpanan menjadi variabel intervening (perantara) yang secara signifikan memediasi hubungan antara kualitas pelayanan dan loyalitas.	Hasil penelitian menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah atas simpanan, dan kepuasan tersebut selanjutnya meningkatkan loyalitas nasabah. Dengan demikian, kepuasan nasabah simpanan menjadi variabel intervening yang memediasi sebagian pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas.
"Pengaruh Kualitas layanan dan Kepercayaan internet banking terhadap Loyalitas dengan Kepuasan nasabah, Zahra Tumbel (2022)".	Hasil penelitian menunjukkan diketahui bahwa kualitas layanan dan kepercayaan secara bersama-sama memengaruhi kepuasan, dan kepuasan menjadi faktor utama yang membentuk loyalitas, menjadikannya sebagai variabel mediasi penuh.	Hasil analisis menyatakan bahwa kualitas layanan dan kepercayaan terhadap layanan internet banking secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, dan kepuasan tersebut kemudian meningkatkan loyalitas nasabah. Dengan demikian, kepuasan bertindak sebagai variabel mediasi penuh.
"Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap niat pembelian kembali melalui pendekatan perilaku konsumen (Studi pada pelanggan supermarket di kota manado Mamusung,R.T *et al* (2022)".	Penelitian ini menentukan loyalitas pelanggan bukan hanya dipengaruhi oleh faktor internal dari pelanggan itu sendiri (seperti kepuasan atau persepsi nilai), tetapi juga sangat dipengaruhi oleh sejauh mana perusahaan menunjukkan komitmen nyata terhadap pelanggannya.	Hasil analisis regresi berganda diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut : Y = 23,095 + 0,375 KL + 0,570 KP, Hasil uji hipotesis (Uji t) diperoleh bahwa variabel kualitas layanana (X1) memiliki nilai signifikan 0.000. Nilai tersebut lebih kecil dari 0.05, maka dapat dikatakkan variabel kualitas layanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Niat pembelian Kembali (Y)

JUDUL PENELITIAN	PERSAMAAN	HASIL PENELITIAN
"Pengaruh Kualitas pelayanan dan Kepuasan nasabah terhadap Loyalitas nasabah dimensiasi oleh Kepuasan nasabah, Fiqri Satria Eka Nugraha (2023)".	Penelitian ini menunjukkan bahwa loyalitas tidak hanya dipengaruhi secara langsung oleh kualitas pelayanan, tetapi juga diperkuat oleh tingkat kepuasan nasabah. Dengan demikian, kepuasan berperan sebagai mediasi parsial dalam model	Hasil penelitian menunjukan bahwa Penelitian ini menemukan bahwa baik kualitas pelayanan maupun kepuasan nasabah berpengaruh positif terhadap loyalitas. Dalam model ini, kepuasan berperan sebagai variabel mediasi parsial yang memperkuat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas.
"Pengaruh layanan mobile banking terhadap Loyalitas nasabah, Danya Rizki Chaerunisa (2025)".	Penelitian ini menemukan bahwa layanan mobile banking yang cepat, aman, dan mudah diakses berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.	Hasil menunjukan bahwa Penelitian ini menyimpulkan bahwa layanan mobile banking memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah. Nasabah yang merasa bahwa aplikasi mobile banking mudah digunakan, cepat, dan aman cenderung menunjukkan loyalitas yang lebih tinggi terhadap bank.
"Strategi peningkatan Kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan nasabah di BMT-NU jatim cabang pakong, Abdul Kadir (2025)".	Dalam analisisnya dijelaskan bahwa peningkatan kualitas pelayanan melalui pelatihankaryawan, pendekatan syariah, dan penyederhanaanprosedurad ministrasidapatsecaralangs ungmeningkatkankepuasan nasabah.	Penelitianinibersifatkualitatif dan tidakmenggunakan model matematis, namunhasilnyamenunjukkanbahw apeningkatankualitaspelayananse pertikecepatan, keramahan, dan pemahamanterhadapkebutuhanna sabahdapatmeningkatkantingkatk epuasansecarasignifikan. Strategi peningkatantersebut juga berorientasi pada pelayanan syariah dan prenguatanperan SDM.

Sumber Data : Pengolahan Data 2025

2.4 Kerangka Pikir



Gambar 2.1 Kerangka Pikir
Sumber : Hasiln Olahan data penulis 2025

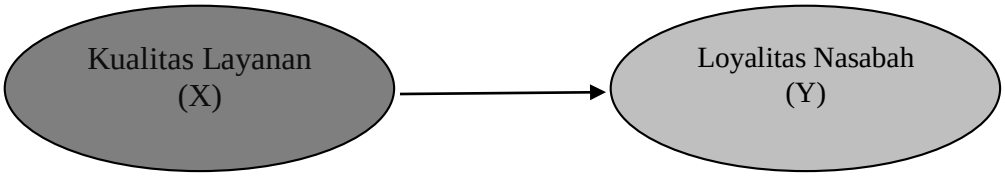
2.5 Alur Pikir

Salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan menerut Jhon Sviokla adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan yang berkualitas kepada nasabah. Keberhasilan perusahaan dalam memberikan layanan yang berkualitas akan membentuk persepsi yang positif di mata nasabah.

Kesetiaan nasabah tidak terbentuk dalam waktu yang singkat tetapi melalui proses belajar dan hasil pengalaman dari nasabah itu sendiri lewat pemakaian yang dilakukan secara konsisten dalam sepanjang waktu. Bila produk/layanan yang mereka nikmati ternyata tidak sesuai dengan apa yang mereka harapkan, para nasabah akan kehilangan minat terhadap pemberi produk/layanan tersebut. Sebaliknya, jika produk/layanan yang mereka nikmati memenuhi atau melebihi tingkat harapan, mereka akan cenderung memakai kembali produk/layanan tersebut.

Setiap perusahaan tentunya menginginkan keuntungan yang besar, keuntungan yang dimaksud disini tidak hanya keuntungan materi semata namun juga keuntungan yang bersifat non materi. Keadaan tersebut menjadi setiap perusahaan untuk senantiasa menambah energy ekstra dalam menentukan strategi pemasaran yang paling menguntungkan. Baik keuntungan secara materi berupa omset yang besar, maupun kentungan secara non materi berupa loyalitas nasabah yang selalu terjaga. Loyalitas nasabah merupakan keuntungan terbesar bagi suatu perusahaan, jadi tidak mengherankan bila loyalitas nasabah dijadikan target utama dalam berbisnis karena dengan terciptanya loyalitas nasabah yang tinggi maka hal

tersebut merupakan kabar baik bagi perkembangan perusahaan kedepannya.



Gambar 2.2
Paradigma Penelitian
Sumber : Hasiln Olahan data penulis 2025

Keterangan :
X = KualitasLayanan
Y = LoyalitasNasabah
→ = HubunganantarVariabel

2.6 Hipotesis

Dari uraian diatas maka dirumuskan hipotesis penelitian ini yaitu, Diduga Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah pada Kantor Pusat PT. Bank SulutGo di Kota Manado

BAB III
METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada Kantor Pusat PT. Bank SulutGo yang terletak di Jl. Pierre Tendean No 1. Waktu penelitian dirancang selama 8 (delapan) bulan mulai dari bulan Januari 2025 sampai bulan Agustus 2025. Tahapan kegiatan yang dilalui dimulai dari pra-survey, pengumpulan data yang bersamaan dengan penelitian sampai dengan penyusunan proposal hingga skripsi.

3.2 Jenis Penelitian dan Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian

Adapun jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu bentuk penelitian ilmiah yang mengkaji satu permasalahan dari suatu fenomena, serta melihat kemungkinan kaitan atau hubungan antar variabel dalam permasalahan yang ditetapkan (Indrawan & Yaniawati, 2014:51). Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Layanan sebagai variabel bebas *(independent)* terhadap Loyalitas Nasabah sebagai variabel terkait (*dependent)* pada Kantor Pusat PT. Bank SulutGo di Kota Manado

3.2.2 Metode Penelitian

Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Metode deskriptif *(Descriptif Methode)*

   Metode ini dimana peneliti menggambarkan fenomena atau gejala sosial yang

sedang terjadi pada suatu objek penelitian. Dalam hal ini dengan mengamati dan mendeskripsikan serta melakukan analisis pengukuran terhadap dua variabel yaitu mengenai kualitas layanan dan loyalitas nasabah.

2. Metode Penelitian Lapangan *(Field Research)*

   Metode ini mengadakan penelitian langsung keperusahaan untuk memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan mengenai Kualitas Layanan dan Loyalitas Nasabah.

3. Metode Penelitian Kepustakaan *(Library Research)*

   Penelitian yang dilakukan dengan cara mengumpulkan bahan–bahan dari berbagai literatur yang berkaitan dengan kualitas layanan dan kinerja karyawan, baik dari perusahaan maupun dari luar perusahaan.

3.3 Jenis Data dan Pengumpulan Data

3.3.1 Jenis Data

Menurut Yusri (2009:9), data adalah fakta atau keterangan mengenai sesuatu persoalan yang berbentuk bilangan atau juga berbentuk kategori, lebih lanjut menurut Riduwan (2009:5), data ialah bahan mentah yang perlu diolah sehingga menghasilkan informasi atau keterangan baik kualitatif maupun kuantitatif yang menunjukan fakta. Skala pengukuran variabel penelitian untuk memperoleh data yang lengkap dalam penelitian ini, maka penulis menggunakan dua jenis data yaitu:

1) Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perorangan langsung dari objeknya. Susanti (2014:15), lebih lanjut dikatakan oleh Siregar (2011:128), data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Dalam penelitian ini data diperoleh langsung dari karyawan pada Kantor Pusat PT. Bank SulutGo dalam hal ini yaitu dengan cara melakukan wawancara, dimana penulis mengajukan pertanyaan atau pernyataan kepada atasan atau karyawan mengenai Kualitas Layanan.

2) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk jadi dan telah diolah oleh pihak lain, biasanya dalam bentuk publikasi. Susanti (2014:15), lebih lanjut dikatakan oleh Siregar (2011:128), data sekunder adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahannya. Data ini berupa gambaran umum perusahaan, seperti profil perusahaan, struktur organisasi yang diperoleh dari perusahaan, data jumlah karyawan pada Kantor Pusat PT. Bank SulutGo.

3.3.2 Metode Pengumpulan Data

Prosedur pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data (Sugiyono, 2012:224). Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1) Observasi, yaitu teknik pengumpulan data dan informasi dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti, dalam hal ini

Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah pada Kantor Pusat PT. Bank SulutGo

2) Kuesioner, yaitu kumpulan pertanyaan yang diajukan secara tertulis kepada seseorang dalam hal ini disebut responden, dan cara jawab juga dilakukan dengan tertulis. Responden dalam penelitian ini yaitu para Nasabah Kantor Pusat PT. Bank SulutGo
3) Kajian pustaka, yaitu penulis mencari referensi-referensi yang terkait dengan Kualitas Layanan dan Loyalitas Nasabah. Dari sumber-sumber seperti buku-buku literature melalui studi pustaka dan situs internet yang berkaitan dan mendukung penelitian ini.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (20019:126) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek dengan jumlah karakteristik tertentu yang ditentukan oleh penenliti, kemudian ditarik suatu kesimpulan. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi pada penelitian ini adalah seluruh nasabah yang ada pada Kantor Pusat PT. Bank SulutGo.

3.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2007) sampel adalah bagian dari jumlah dan

karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sugiyono juga menjelaskan bahwa sampel adalah bagian dari populasi yang harus dapat mewakili karakteristik populasi secara keseluruhan agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan paada populasi

Untuk menentukan ukuran dan besarnya sampel dari suatu populasi. Maka teknik dari pengambilan sampel tidak diketahui banyaknya Hair et al. (2010) menyarankan rumus yang diambil untuk menentukan jumlah populasi yang tidak diketahui jumlahnya bagi suatu penelitian adalah 5 kali dari jumlah item pertanyaan yang dipergunakan dalam penelitian. Jumlah item pertanyaan dalam penelitian ini adalah 10, maka ketika dikalikan dengan 5 diporoleh jumlah sampelnya sebanyak 50 responden.

3.5 Definisi Operasional Variabel dan PengukuranVariabel

3.5.1 Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2017:39): " Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya". Dalam pengertian tersebut, maka variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 2 yaitu Kualitas Layanan sebagai Variabel Bebas dan Loyalitas Nasabah sebagai Variabel Terikat

1. Definisi Operasional Kualitas Layanan (X)

Kualitas Layanan merupakan suatu tingkat keunggulan yang dilakukan

oleh pihak perusahaan untuk memenuhi keinginan nasabah, berupa hal yang tidak berwujud namun dapat di ukur lewat seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan sesuai dengan ekspetasi nasabah lihat pada suatu layanan yang telah diterima oleh nasabah untuk memenuhi kebutuhan dari keinginan harapannya. Kualitas layanan karyawan dapat dilihat melalui indikator sebagai berikut : 1) bukti fisik, 2) keandalan, 3) daya tanggap, 4) jaminan, 5) empati

Tabel 3.1
Kisi-kisi Instrumen Kualitas Layanan (X)

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Item
Kualitas Layanan "Parasuraman" (1988)	**1.** Bukti Fisik (Tangible)	**a)** Ruang pelayanan tertata rapi dan nyaman	1
	2. Keandalan (Reliability)	**a)** Informasi yang diberikan akurat dan jelas	2
	3. Daya Tanggap (Responsiveeness)	**a)** Karyawan cepat dalam merespon permintaan	3
	4. Jaminan (Assurance)	**a)** Karyawan bersikap sopan dan ramah	4
	5. Empati (Empathy)	**a)** Waktu pelayanan disesuaikan dengan kenyamanan nasaba	5

Sumber Data :Parasuraman (1988)

2. Definisi Loyalitas Nasabah (Y)

Loyalitas Nasabah adalah kecenderungan seseorang yang melakukan pembelian produk atau menggunakan layanan secara konsisten dalam jangka waktu panjang dan kemudian akan merekomendasikan produk atau layanan tersebut kepada orang lain. Loyalitas Nasabah dapat dilihat melalui indikator sebagai berikut : 1) Pembelian berulang , 2) Rekomendasi, 3) Keengganan

Berpindah, 4) Komitmen. Adapun indikator dari Loyalitas Nasabah dapat dilihat pada Tabel 3.2 dengan kisi-kisi instrument sebagai berikut :

Tabel 3.2
Kisi-kisi Instrumen Loyalitas Nasabah (Y)

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Item
Loyalitas Nasabah " Griffin" (2005)	Pembelian Ulang	**a)** Nasabah tetap memilih produk yang sama meskipun ada alternative	1
	Rekomendasi	**a)** Rekomendasi nasabah memengaruhi keputusan orang lain	2
	Keenggan Berpindah	**a)** Nasabah tidak merasa nyaman layanan digital bank	3
	Komitmen	**a)** Nasabah menggunakan layanan hanya karena terpaksa atau sementara waktu	4
		b) Menunjukkan kurangnya minat untuk terus menggunakan produk atau layanan bank	5

Sumber Data : Griffin (2005)

3.5.2 Skala Pengukuran Variabel

Adapun skala pengukuran Kualitas Layanan (X), Loyalitas Nasabah(Y) yang dipakai dalam menganalisa data. Konsep alat ukur ini berupa kisi-kisi angket. Kisi-kisi angket kemudian dijabarkan kedalam dimensi variabel dan indikator, selanjutnya dijadikan landasan dan pedoman dalam menyusun item-item pertanyaan atau sebagai instrument penelitian.

Pengukuran variabel Kualitas Layanan (X) dan Loyalitas Nasabah (Y) yang digunakan oleh penulis untuk menganalisa data adalah dengan menggunakan skala Likert. Siregar (2011:138), menjelaskan bahwa Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau

fenomena tertentu. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Nilai tersebut kemudian akan dijadikan variabel penilaian. Bobot jawaban responden diberi nilai rinci sebagai berikut :

a) Sangat Setuju (SS) diberi bobot 5
b) Setuju (S) diberi bobot 4
c) Kurang Setuju (KS) diberi bobot 3
d) Tidak Setuju (TS) diberi bobot 2
e) Sangat Tidak Setuju (STS) diberi bobot 1

3.6 Metode Analisis Data

Untuk menganalisis pengaruh variabel Kualitas Layanan (X) dan Loyalitas Nasabah (Y) digunakanan alisis korelasi dan regresi sedehana merupakan suatu metode statistik umum yang digunakan untuk meneliti hubungan antara beberapa variabel indepen dendengan beberapa variabel dependen. Proses data menggunakan program Software Komputer SPSS 20. SPSS (*Statistical Product and Service Solution*), merupakan paket program aplikasi computer untuk menganalisis data statistik. SPSS dapat memakai hampir dari seluruh tipe file data dan penggunaannya untuk membuat laporan berbentuk tabulasi, *chart* (grafik), *plot* (diagram) dari berbagai distribusi, statistik deskriptif dan analisis statistik yang

kompleks. Jadi dapat dikatakan SPSS adalah sebuah sistem yang lengkap, menyeluruh, terpadu, dan sangat fleksibel untuk analisis statistik dan manajemen data.

3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif

Menghitung serta menggambarkan penyebaran semua jawaban responden dalam angket penelitian berdasarkan variabel penelitian serta mengetahui seberapa baik penyebaran data X dan Y berdasarkan hasil penelitian dengan menghitung nilai ukuran perumusan data *(Central tendency)* seperti rata-rata, median, modus, kisaran standar deviasi diungkapkan untuk memperjelas deskripsi responden.

3.6.2 Total Skor

Menghitung semua jawaban responden dalam angket penelitian serta mengetahui seberapa baik tanggapan responden terhadap instrumen yang dijalankan. Total skor juga bisa menggambarkan seberapa baik variabel penelitian yang sedang terjadi terhadap fenomena yang sedang diteliti. Biasanya untuk mengukur Total Skor dengan menggunakan ukuran *Quartil* dan Rumus *Prosentase* sebagai berikut :

$$TOTAL\,SKOR = \frac{n}{N} X\ 100$$

Keterangan :

n = Jumlah-jumlah Jawaban Ke-n (Jawaban 1, 2, 3, 4 & 5)

N = Jumlah Instrument (Pernyataan)

Tabel 3.3
Pedoman Skala Nilai Instrumen Jawaban Responden

No	Rentang Skala Nilai	Kategori	Keterangan
1	1,00 - 1,80	Sangat Tidak Setuju	STS
2	1,81 - 2,61	Tidak Setuju	TS
3	2,62 - 3,40	Kurang Setuju	KS
4	3,41 - 4,21	Setuju	S
5	4,22 - 5,00	Sangat Setuju	SS

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2025

3.6.3 PengukuranValiditas dan Reliabilitas

Sebelum melakukan analisis data terlebih dahulu melakukan pengujian kualitas data yang diperoleh. Uji kualitas data yang diperoleh. Uji kualitas data yang yang dilakukan untuk meyakini kualitas data yang diperoleh, yang terdiri dari pengujian validitas dan pengujian validitas.

3.6.3.1 Uji Validitas

Validitas adalah sebuah alat ukur ditunjukkan dari kemampuannya mengukur apa yang seharusnya diukur. Demikian juga kuesioner riset. Kuesioner riset dikatakan valid apabila instrument tersebut benar-benar mampu mengukur besarnya nilai variabel yang diteliti, (Suliyanto, 2009:146).

Uji validitas pada penelitian ini menggunakan alat ukur *Pearson Product Moment*, dengan mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir. Syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat kalau r = 0,3. Untuk mengukur nilai validitas ditentukan dengan melihat nilai $\alpha = 0,05$ dengan jumlah responden 50 sehingga nilai r (0,05, 50) pada Tabel *Product Moment* dan didapat nilai r = 0,320. Jadi kalau korelasi antara butir dengan skor total kurang

dari 0,320 maka butir dalam instrument tersebut dinyatakan tidak valid.

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\left[N\sum X^2 - (\sum X)^2 (N\sum Y^2 - \sum Y)^2\right]}}$$

Keterangan:

rxy : nilai korelasi x dan y.

N : jumlah sampel.

X : nilai per butir.

Y : total nilai kuesioner masing-masing responden.

Adapun uji validitas untuk mengetahui besarnya hubungan antara item butir pernyataan dengan total item pernyataan untuk masing-masing variabel, yaitu Kualitas Layanan (X) dan Loyalitas Nasabah (Y) adalah sebagai berikut :

1. Uji validitas Variabel Kualitas Layanan (X)

Untuk jelasnya validitas variabel Kualitas Layanan (X) dapat dilihat koefisien validitas masing-masing butir pertanyaan sebagai berikut :

Tabel 3.4
Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan (X)

NO	Daftar Pertanyaan	Stat. Produk Moment (r)	Validitas	N	Keterangan
1	JAWABAN PERTANYAAN 1	0.273	0.672	50	VALID
2	JAWABAN PERTANYAAN 2	0.273	0.700	50	VALID
3	JAWABAN PERTANYAAN 3	0.273	0.589	50	VALID
4	JAWABAN PERTANYAAN 4	0.273	0.820	50	VALID
5	JAWABAN PERTANYAAN 5	0.273	0.781	50	VALID

Sumber : Hasil Pengelohan data MS Excel Tahun 2025

Berdasarkan Tabel 3.4, Untuk mengukur nilai validitas Kualitas Layanan

(X) ditentukan dengan nilai α = 0,05 dengan jumlah responden 50 sehingga nilai r (0,05,50) pada Tabel product Moment dan di dapat nilai r = 0,273. Jika hasil validitas berada di atas 0,273 maka di anggap butir pertanyaan atau instrument tersebut sudah valid. Hasil analisis validitas untuk semua instrument pada variabel Kualitas Layanan (X) semuanya valid karena semua instrument diatas r = 0,273. Sehingga variabel kualitas layanan (X) sudah layak untuk dijadikan variabel penelitian.

2. Uji validitas Variabel Loyalitas Nasabah (Y)

Untuk jelasnya validitas variabel Loyalitas Nasabah (Y) dapat dilihat koefisien validitas masing-masing butir pertanyaan sebagai berikut :

Tabel 3.5
Uji Validitas Variabel Loyalitas Nasabah (Y)

NO	Daftar Pertanyaan	Stat. Produk Moment (r)	Validitas	N	Keterangan
1	JAWABAN PERTANYAAN 1	0.273	0.684	50	VALID
2	JAWABAN PERTANYAAN 2	0.273	0.751	50	VALID
3	JAWABAN PERTANYAAN 3	0.273	0.774	50	VALID
4	JAWABAN PERTANYAAN 4	0.273	0.696	50	VALID
5	JAWABAN PERTANYAAN 5	0.273	0.859	50	VALID

Sumber : Hasil Pengelohan data MS Excel Tahun 2025

Berdasarkan Tabel 3.5, Untuk mengukur nilai validitas Loyalitas Nasabah (Y) ditentukan dengan nilai α = 0,05 dengan jumlah responden 5 sehingga nilai r (0,05,50) pada Tabel product Moment dan di dapat nilai r = 0,273. Jika hasil validitas berada di atas 0,273 maka di anggap butir pertanyaan atau instrument tersebut sudah valid. Hasil analisis validitas untuk semua instrument pada variabel Loyalitas Nasabah (Y) semuanya valid karena semua instrument diatas r = 0,273. Sehingga variabel kualitas layanan (Y) sudah layak untuk dijadikan variabel penelitian.

3.6.3.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas pada dasarnya adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Jika hasil pengukuran yang dilakukan secara berulang relative sama maka pengukuran tersebut dianggap memiliki tingkat reliabilitas yang baik, (Suliyanto, 2009:149).

Menurut Arikunto (2010:221) Reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa suatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik.

Reliabilitas merupakan tingkat kemantapan suatu alat ukur. Suatu alat ukur dikatakan mantap bila dalam mengukur sesuatu berulang kali, alat ukur tersebut memberikan hasil yang sama. Tentu saja dengan syarat bahwa kondisi saat pengukuran tidak berubah. Reliabilitas berarti dapat diandalkan (*dependability*) dan hasilnya dapat diramalkan (*predictability*).Reliabilitas menunjukkan tingkat ketepatan.Apabila ingin menguji ketepatan suatu hasil pengukuran, maka ukuran

yang diperoleh merupakan ukuran yang benar dari sesuatu yang ingin diukur.

Instrumen (kuisioner) penelitian dikatakan memiliki reliabilitas yang sedang apabila nilai α dari *Cronbach's* antara 0,5 sampai 0,6. (Sugiyono 2014).

$$r\alpha = \frac{k.r}{1 + (k-1)r}$$

Keterangan:
α = Keandalan *alpha Cronbach*
r = Rata-rata korelasi diantara butir pertanyaan
k = Jumlah butir pertanyaan dalam skala

Reliabilitas alat ukur dilihat dari nilai koefisien α (alpha) Cronbach, dan instrument dianggap reliabel apabila nilai koefisien α Cronbach lebih besar 0,6. Adapun uji reliabilitas untuk mengetahui apakah jawaban yang diberikan responden dapat dipercaya atau dapat diandalkan dengan menggunakan analisis reliabilitas melalui metode *Cronbach alpha*.

1. Uji Reliabilitas Variabel Kualita Layanan (X)

Uji Reliabilitas dari variabel Kualita Layanan (X) dijelaskan sebagai berikut :

Tabel 3.6
Reliabilitas Indikator Kualitas Layanan (X)

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Layanan (X)	0.782	Reliability

Sumber : Hasil Olahan Data MS Excel Tahun 2025

Dari Tabel 3.6 diatas, dapat dijelaskan bahwa instrument atau pernyataan dari setiap indikator memiliki koefisien keandalan atau masuk akal untuk

dijadikan alat pengukur dalam penelitian. Dimana kriteria suatu instrument penelitian dikatakan reliabel jika nilai alpha > 0,6. Dalam tabel 3.6 tersebut menunjukan bahwa koefisien realiabilitas untuk variabel Kualitas Layanan (X) lebih dari 0,6 yaitu dapat dilihat dengan jelas yang memiliki angka reliabilitas yang tinggi yaitu 0,782 ini mengartikan variabel penelitian Kualitas Layanan (X) dinyatakan reliabel.

2. Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Nasabah (Y)

Uji Reliabilitas dari variabel Loyalitas Nasabah (Y) dijelaskan sebagai berikut :

Tabel 3.7
Reliabilitas Indikator Loyalitas Nasabah (Y)

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Loyalitas Nasabah (Y)	0.794	Reliability

Sumber : Hasil Olahan Data MS Excel Tahun 2025

Dari Tabel 3.7 diatas, dapat dijelaskan bahwa instrument atau pernyataan dari setiap indikator memiliki koefisien keandalan atau masuk akal untuk dijadikan alat pengukur dalam penelitian. Dimana kriteria suatu instrument penelitian dikatakan reliabel jika nilai alpha > 0,6. Dalam tabel 3.7 tersebut menunjukan bahwa koefisien realiabilitas untuk variabel Loyalitas Nasabah (Y) lebih dari 0,6 yaitu dapat dilihat dengan jelas yang memiliki angka reliabilitas yang tinggi yaitu 0,794 ini mengartikan variabel penelitian Loyalitas Nasabah (Y) dinyatakan reliabel.

3.6.4 Analisis Korelasi

Untuk mengetahui besarnya derajat hubungan antara variabel bebas yaitu Kualitas Layanan (X) terhadap variabel terikat yaitu Loyalitas Nasabah(Y) digunakan analisis korelasi sederhana dan analisa korelasi berganda dengan mengikuti Formula *Pearson* :

$$r = \frac{n\Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{n\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2 \, n\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2}}$$

Dan untuk menguji keberanian derajat r digunakan uji signifikan diantara X dan Y dengan menggunakan statistik t dengan rumus :

$$t = \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Kriteria yang digunakan untuk menentukan tinggi rendahnya hubungan yang terjadi antara variabel sebagai berikut (Riduwan, 2005)

Tabel 3.8
Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi
Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
00,00 – 0,19	Sangat Rendah
00,20 – 0,39	Rendah
00,40 – 0,59	Cukup
00,60 – 0,79	Kuat
00,80 – 0,100	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2008)

Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui variasi hubungan variabel terikat yang disebabkan oleh variabel bebas dengan rumus sebagai berikut (Riduwan, 2005) :

$$D = R.100\ \%$$

Dimana :
D = Koefisien Determinasi
R = Koefisien korelasi *multiple*

3.6.5 Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisa yang digunakan untuk menguji apakah ada pengaruh antara variabel X (Kualitas Layanan) dengan Y (Loyalitas Nasabah). Rumus yang digunakan yaitu :

Formula regresi linier sederhana adalah sebagaiberikut :

$$Y = a + bX$$ (Sumber: Sugiyono,2016:253)

Dimana :

Y = Loyalitas Nasabah
X = Kualitas Layanan
a = Nilai intercept atau konstanta.
b= Koefisien Regresi

3.6.6 Pengujian Hipotesis

Adapun pengujian terhadap hipotesis== yang diajukan dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. Uji t Secara Parsial

Uji t dilakukan untuk menguji koefisien regresi secara parsial dari variabel independennya. Tingkat signifikansi yang digunakan sebesar 5%, dengan derajat kebebasan df = (n-k-1), dimana (n) adalah jumlah observasi dan (k) adalah jumlah variabel independent.

Hipotesis :
Ho: $\beta_1 \leq 0$ (Kualitas Layanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Nasabah pada Kantor Pusat PT. Bank SulutGo.
H1:$\beta_1 > 0$ (Kualitas Layanan berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas

Nasabah pada Kantor Pusat PT. Bank SulutGo.

Untuk menguji hipotesis secara parsial digunakan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

t = Nilai Uji t

n = Jumlah Sampel

r^2 = Koefisien Determinasi

Bila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_o diterima H_a ditolak, jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_o ditolak H_a diterima.Pengujian ini dilakukan pada tingkat signifikan 5 %.

BAB IV
HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1 Sejarah Singkat Kantor Pusat PT. Bank SulutGo

Kantor Pusat PT. Bank SulutGo (Bank**)** dahulu bernama PT. Bank Pembangunan Daerah Sulawesi Utara didirikan dengan nama Bank Pembangunan Daerah Sulawesi Utara Tengah berdasarkan akta no. 88 tanggal 17 Maret 1961 oleh Raden Hadiwibo, notaris pengganti dari Raden Kadiman, Notaris di Jakarta Akta Perubahan Anggaran Dasar no. 46 tanggal 10 Oktober 1961 oleh Raden Hadiwibo pengganti dari Raden Kadiman, notaris di Jakarta yang telah memperoleh pengesahan dari Menteri Kehakiman Republik Indonesia dengan penetapan No. J.A.5/109/6 tanggal 13 Oktober 1961. Berdasarkan Undang-undang No. 13 Tahun 1962 tentang ketentuan-ketentuan pokok Bank Pembangunan Daerah jo. Undang-undang no. 13 tahun 1964 tentang antara lain pembentukan propinsi Daerah Tingkat I Sulawesi Utara berubah menjadi Perusahaan Daerah Bank Pembangunan Daerah Sulawesi Utara sesuai Peraturan Daerah tanggal 2 Juni 1964 berikut perubahan-perubahannya dan terakhir diubah berdasarkan Peraturan Daerah Propinsi Daerah Tingkat I Sulawesi Utara No. 1 tahun 1999 tentang perubahan bentuk badan hukum Bank Pembangunan Daerah Sulawesi Utara No. 1 tahun 1999 tentang peru

Setelah Bank Sulut melepaskan diri dari program rekapitalisasi perbankan terjadi beberapa perubahan Anggaran Dasar berkaitan dengan perubahan susunan kepemilikan saham setelah divestasi saham negara, dan terakhir dengan peningkatan modal dasar dari Rp. 100 milyar menjadi Rp. 300 milyar yang telah

mendapat persetujuan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia RI No. C-24640 HT.01.04.TH.2006 tanggal 23 Agustus 2006 telah diumumkan dalam Berita Negara RI tanggal 23 Oktober 2006 No. 85 Tambahan No. 11432/2006. Sesuai dengan hasil Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa PT Bank Sulut tanggal 8 Mei 2015, Keputusan Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republilk Indonesia dengan No. AHU-0935695.AH.01.02.TAHUN 2015 tanggal 23 Mei 2015 dan Keputusan Dewan komisioner Otoritas Jasa Keuangan No. 17/KDK.03/2015 tanggal 23 September 2015 maka PT Bank Pembangunan Daerah Sulawesi Utara (PT Bank Sulut) berubah menjadi PT Bank Pembangunan Daerah Sulawesi Utara Gorontalo (BANK SULUTGO)

4.1.2 Lokasi dan Proofil Perusahaan

Kantor Pusat PT. Bank SulutGo menyediakan pelayanan bergerak dibidang perbankan, pelayanan jasa kepada masyarakat di Provinsi Sulawesi Utara dan Gorontalo, administrasi, informasi Biografi perusahaan sebagai berikut:

Nama	:	PT. BANK PEMBANGUNAN DAERAH SULAWESI UTARA GORONTALO (BSG)
Alamat	:	Jl. Pierre Tendean No. 1, Kota Manado, Sulawesi Utara
Telepon	:	(0431) 861759, 861761
Fax	:	(0431) 8547522
Email	:	kantorpusat@banksulutGo.co.id , divisicorsec@banksulutGo.co.id
Home Page	:	www.banksulutGo.co.id

4.1.3 Visi dan Misi Kantor Pusat PT. Bank SulutGo

a. Visi

“Menjadi Bank Inovatif, Berdaya Saing Tinggi dan Berorientasi Pada Kepuasan Nasabah.

b. Misi

1. Berorientasi dalam pembangunan ekonomi daerah yang berdikari dan berkeadilan
2. Terus berinovasi menciptaakan model bisnis, layanan dan produk yang terbaik serta bernilai tambah kepada nasabah
3. Menciptakan Human Capital sebagai pilar penting dalam pencapaian visi perusahaan
4. Melaksanakan tata Kelola perusahaan yang baik secara konsisten

4.1.4 Logo dan Makna Kantor Pusat PT. Bank SulutGo

Gambar 4.1 Logo Perusahaan

Sumber : *Kantor Pusat PT. Bank SulutGo2025*

Logo sebagai sarana identitas yang mencerminkan karakter, produk pada

jasa sebuah perusahaan sehingga dapat menyampaikan informasi mengenai perusahaan kepada public, dimana sebuah logo memiliki banyak elemen berupa bantuk, warna, garis dan jenis kesemuanya saling mendukung untuk mempengaruhi pemikiran, pandangan atau pendapat public terhadap perusahaan Tahun 2019, Logo Bank SuluutGo mengalami perubahan sesuai peraturan Direksi PT. Bank SulutGo tentang buku pedoman BPP *Corporate Identity* 009/PBSG-CORSEC/DIR/X/2019 tanggal 30 Oktober 2019 dengan makna sebagai berikut :

1) Empat helai daun menggambarkan 4 etnis Sulawesi Utara yaitu

BOHUSAMI (Bolaang Mongondow, Hulondhalo, Sangihe dan Minahasa)

2) Pelepah helai daun kelapa melambangkan hasil utama yang menjadi andalan perekonomian Sulawesi Utara dan Gorontalo
3) Makna dari 4 helai daun kelapa juga melambangkan 4 pilar utama BSG yaitu, Integrity, Excellence, Team Work dan Customer Focus
4) Terdiri dari 3 Warna Utama yaitu : WARNA Merah pada pelepah sampai sebagian helai daun dan, Warna Merah Tua menjadi cerminan spirit BSG yang selalu optimis, berani dalam mengahadapi tentang perusahaan, juga sebagai bentuk perubahan dan awal yang baru, Wrna Hitam pada Huruf mengesankan kekuatan, kehormatan, charisma & loyalitas bertujuan untuk meningkatkan pengenalan akan logo baru BSG, Warna Putih menggambarkan integritas & kualitas sebagai cerminan dalam melayani kebutuhan customer.

4.1.5 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi adalah suatu mekanisme formal dengan mana organisasi tersebut dikelola.

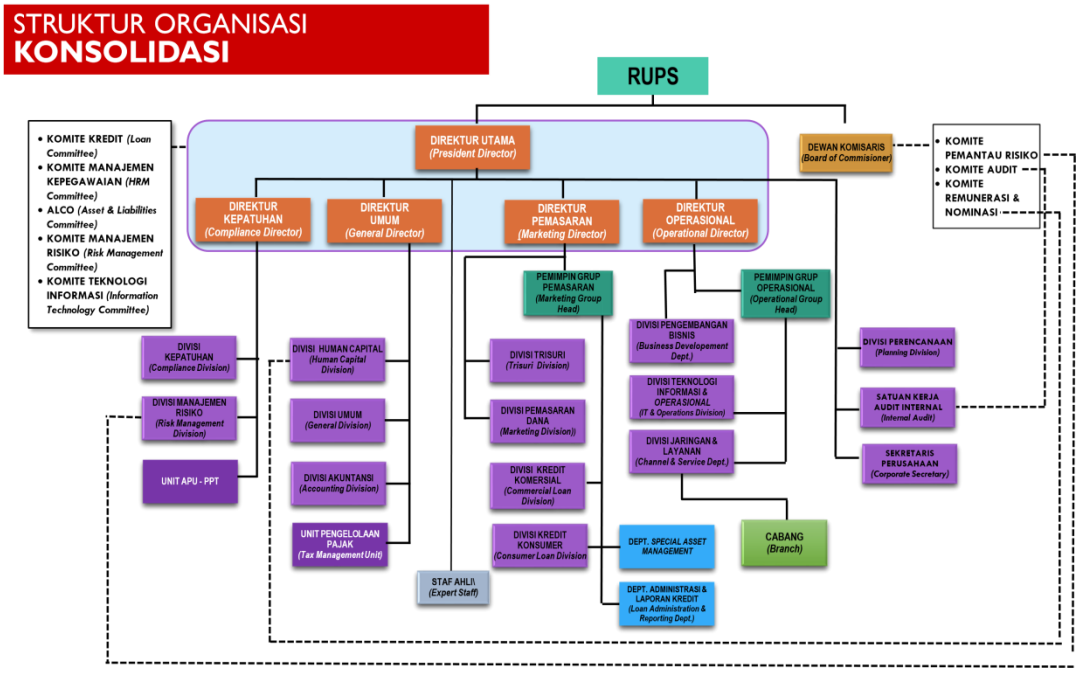
Menurut Henry G. Hodges mengemukakan empat bentuk bagan organisasi yaitu :

1. Bentuk Piramida, betuk ini paling banyak digunakan karena sederhana, jelas dan mudah dimengerti
2. Bentuk Vertikal, hamper sama dengan bentuk piramida yaitu pelimpahan kekuasaan dari atas kebawah dan tegak kebawah
3. Bentuk Horizontal, digambarkan secara mendatar dari kiri ke kanan
4. Bentuk Lingkaran, bentuk ini menekan pada hubungan antara satu jabatan dengan jabatan lain. Dan bentuk ini jarang sekali digunakan dalam praktek.

Kantor Pusat PT. Bank SulutGo pun memiliki struktur organisasi yang jelas dan manajemen yang baik sehingga kegiatan di bank ini berjalan lancar dan selalu memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah atau masyarakat. Struktur organisasi yang baik semua aktivitas di bank ini berjalan terarah dan dapat terorganisir secara baik. Kantor Pusat PT. Bank SulutGo, juga mempunyai struktur organisasi yang sama dengan lembaga/perusahaan lainnya sehingga dapat mengatur seluruh kegiatan di bank dengan baik. Kantor Pusat PT. Bank SulutGo yang berlokasi di jalan Pierre Tendean, dilihat Kantor Pusat PT. Bank SulutGo yang besar dan karyawan yang banyak mmemiliki struktur organisasi dan aktivitasnya terorganisir dan terarah.

Kantor Pusat Bank SulutGo, memiliki struktur organisasi yang berbentuk piramid, yaitu perintah dari atas kebawah atau dari atas langsung perintah ke bawahan. Struktur bank ini atara lain komisaris, direktur, group head, divisi,

cabang, dan staf sehingga dapat terkoordinasi secara baik anatara atasan/pimpinan dengan bawahan/karyawan. Susunan struktur organisasi di Kantor Pusat PT. Bank SulutGo dapat dilihat sebagai berikut :



Gambar 4.2 Struktur Organisasi
Sumber : Kantor Pusat PT. Bank SulutGo2025

4.1.5 Uraian Tugas *(Job Description)*

1. (RAPAT UMUM PEMEGANG SAHAM)

- Memuutskan penyetoran saham dalam bentuk uang dan atau dalam bentuk lainnya
- Menyetujui pembelian kembali saham yang telah dikeluarkan
- Menyetujui penambahan modal Perseroan
- Memutuskan pengurangan modal Perseroan. Dan menyetujui rencana yang dikeluarkan oelh Direksi

2. Dewan Komisaris

- Dewan Komisaris bertanggung jawab atas pengawasan Perseroan
- Membuat risalah rapat Dewan Komisaris dan menyimpan salinanya
- Melaporkan kepada Perseroan mengenai kepemilikan sahamnya dan atau keluarganya pada Perseroan tersebut dan Perseroan lain
- Memberikan laporan tentang tugas pengawasan yang telah dilakukan selama tahun buku baru lampau kepada RUPS.

3. Direktur Utama

- Direksi bertanggung jawab atas pengurusan Perseroan
- Direksi mewakili Perseroan baik di dalam maupun di luar pengadilan
- Membuat daftar pemegang saham, daftar khusus, risalah RUPS, dan risalah rapat Direksi
- Memelihara seluruh daftar, risalah, dan dokumen keuangan Perseroan dan dokumen Perseroan lainnya

4. Direktur Kepatuhan

- Merumuskan strategi guna mendorong terciptanya Buadaya Kepatuhan Bank
- Mengusulkan kebijakan kepatuhan atau prinsip-prinsip kepatuhan yang akan ditetapkan oleh Direksi
- Menetapkan sistem dan prosedur kepatuhan yang akan digunakan untuk menyusun ketentuan dan pedoman internal Bank
- Melakukan tugas-tugas lainnya yang terkait dengan Fungsi Kepatuhan

5. Direktur Umum

- Bertanggung Jawab atas kelancaran operasional perusahaan sesuai dengan Rencana Kerja Tahunan yang disusun Direksi dan diketahui Dewan Komisaris
- Bertanggung Jawab terhadap pemasaran produk, pengelolaan keuangan dalam hal penghimpunan dan pelepasan dana
- Berwenang menandatangani Cek dan Bilyet Giro, Bilyet Deposito
- Perjanjian Kredit, dengan pihak ketiga (Bank Kreditur) berdasarkan ketetapan Dewan Komisaris
- Berwenang melakukan survey calon debitur dan mmemutus kredit sesuai
- Wewenang komite kredit yang ditetapkan Dewan Komisaris

6. Direktur Pemasaran

- Meninjau usulan RKAP dari seluruh divisi di Direktorat Pemasaran dan mengajukannya di dalam rapat Direksi dan rapat Komisaris
- Merencanakan dan merumuskan kebijakn strategi yang menyangkut pemasaran
- Melakukan koordinasi strategis antar Direktorat
- Memberikan masukan kepada Direktur Utama dalam memutuskan hal-hal yang berkaitan dengan pemasaran
- Memonitoring dan mengarahkan proses-proses di seluruh Divisi Direktorat Pemasaran

7. Direktur Operasioal

- Menentukan kebutuhan likuiditas untuk transaksi Kantor Kas dan mengambil likuiditas di kantor cabang induk

- Mengelola kas besar dan alat likuid
- Membuka dan mengaktifkan sistem untuk operasional transaksi
- Memberikan informasi mengenai produk dan jasa Bank

8. Divisi Kepatuhan

Fungsi Kepatuhan adalah serangkaian tindakan atau langkah-langkah yang bersifat ex-ante (preventif) umtuk memastikan bahwa kebijakan, ketentuan, sistem, dan prosedur, serta kegiatan usaha yang dilakukan oleh Bank telah sesuai dengan ketentuan Bank Indonesia dan peraturan perundang-undang yang berlaku

9. Divisi Umum

- Mengkoordinir perumusan perencanaan dan pemberdayaan karyawann
- Mengkoordinasikan perumusan sistem pengadaan, penempatan dan pengembangan karyawan
- Bersama Manajemen merumuskan pola pengembangan organisasi perusahaan
- Menyelenggarakan sistem informasi SDM dalam suatu data base kepegawaian

10. Divisi Kredit Komersial

- Berupa perlengkapan dan Aspek Manajemen harus diketahui analis
- Bidang marketing menuntut analis untuk dapat diketahui tentang kelancaran pemasaran produksi calon nasabah yang bersangkutan

- Bidang keuangan sebagai sasaran utama analis untuk mengetahui benar tentang kondisi keuangan calon debitur, serta kemungkinan di hari kemudian, bila kredit diberikan
- Pengujian analis atas berapa *Turn Over*yang dapat dilakukannya terhadap rencana usaha calon-calon peminjam (calon debitur)

11. Divisi Akuntansi

- Menetapkan struktur keuangan entitas, Yaitu menetapkan kebutuhan entitas akan dana untuk sekarang (modal berjangka pendek) dan masa depan
- Keperluan investasi jangka panjang dan menetapkan sumber dana yang dapat menutup kebutuhan-kebutuhan itu secara sehat
- Mengalokasikan dana sedemikian rupa agara dapat mempengaruhi tingkat efisiensi atau profitabilitas yang optimal

12. Divisi Perencanaan

- Menyusun konsep rencana dan program kerja bagian perencanaan
- Menyusun konsep pedoman kerja di bidang perencanaan
- Menyiapkan bahan rapat berkaita dengan rencana kegiatan tahunan
- Meengumpulkan dta-data rencana kegiatan tahunan universitas berdasarkan usulan dari unit-unit kerja

13. Divisi Manajemen Risiko

- *Financing Risk Management Department*, melakukan proses manajemen risiko pembiayaan

- *Risk Profile Reporting & Monitoring Department*, membuat laporan profil risiko, memonitor profil risiko, mengevaluasi, serta mengusulkan alat ukur dan *prosedur*
- *Market & Liquidity Risk Management Department*, menjalankan proses Manajemen risiko pasar dan likuiditas

14. Divisi Corporate Secretary (Corsec)

Divisi Corporate Secretary bertugas memberikan informasi yang akurat kepada stakeholder yang berkaitan dengan hubungan investor *(investor relations)*, hubungan media *(media relations)*, publikasi perusahaan *(corporate publication)*, hubungan internal *(Internal relations)*, pengaturan protokoler perusahaan serta penunjang perusahaan *Good Corporate Governance* (GCG) dan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan *Corporate Social Responbility* atau (CSR).

15. Divisi Kredit Konsumer

Divisi ini bertugas khusus untuk membuat kebijakan dan regulasi kredit karyawan

16. Divisi Teknologi Informasi

Divisi ini bertugas membanyu Direktur Kepatuhan dalam mengkordinasikan dan mengawasi kegiatan sistem teknologi informasi meliputi operasi, pengembangan sistem informasi Bank melalui pendayagunaan teknologi secara efektif dan efisien. Divisi ini bertugas mengelola teknologi, sistem Bank dan ATM.

17. Divisi Satuan Kerja Audit Internal (SKAI)

Satuan Kerja Audit Internal (SKAI) mempunyai tugas pokok merumuskan secara sistematis Kebijakan Umum Direksi bidang Audit Intern serta membantu Direktur Utama dan Dewan Pengawasan dalam melaksanakan pengawasan dengan cara menjabarkan secara operasional, baik perencanaan, pelaksanaan maupun pemantauan atau hasil audit sekaligus mengidentifikasi segala kemungkinan untuk memperbaiki dan meningkatkan efisiensi penggunaan sumber daya dan dana. Untuk melaksanakan tugasnya SKAI dilengkapi dengan bagian pengawasan dan bagian kontrol.

18. Divisi Human Capital

Divisi ini berugas untuk membantu Direktur Umum dalam menyusun rencana dan sasaran kerja dari pembinaan dan pengembangan sumber daya manusia, memberikan pelayanan dalam rangka menunjang kelancaran operasional bank melakukan penyediaan dan pemeliharaan (biaya perjalanan, pengobatan, dan sarana penunjang lainnya). Untuk melaksanakan tugasnya, Divisi SDM dan Umum dilengkapi dengan Bagian Personalia dan Bagian Umum.

19. Divisi Treasury & International Banking

Divisi ini bertugas membantu Direktur Pemasaran dalam penangan dan pengawasan seluruh kegiatan yang berkaitan dengan aktivitas Divisi Treasury, seperti interbank call money, deposito berjangka, sertifikat deposito, penanaman dana lainnya, pengelolaan cash flow harian, aktivitas correspondent banking, analisa pengajuan fasilitas bank counterpart, dana aktivitas lainnya, serta menjalin kerjasama antar divisi. Untuk melaksanakan

tugasnya Divisi Treasury dibantu oleh bgian Treasury

20. Divisi Pemasaran Dana

Divisi Pemasaran Dana bertugas untuk membantu Direktur Pemasaran dalam pembagian atas penyaluran dana serta memasarkan dana serta menyusun strategi dalam bidang pemasaran untuk setiap cabang bank sulutgo dan membangun relasi antara retail, instansi dengan pihak bank sulutgo

21. Divisi Operasional & Layanan

Divisi Operaional & Layanan untuk membantu Direktur Operasional dalam menjalankan serta mengembangkan kegiatan bisnis Kantor Pusat PT. Bank SulutGo untuk peningkatan pendapatan serta dapat menjalankan dan mengenalkan produuk dan jasa dari Kantor Pusat PT. Bank SulutGo

22. Divisi Pengembangan Bisnis dan Jaringan

Divisi Pengembangan Bisnis & Jaringan bertugas untuk mengatur dan membantu dalam bidang jaringan serta layanan perbankan di Kantor Pusat PT. Bank SulutGo untuk kelancaran sistem jaringan serta keamanan CCTV

4.1.7 Produk Dan Layanan

4.1.7.1 Produk Dana

1) Simpeda

Simpeda, adalah produk tabungan Bank Pembangunan Daerah (BPD) seluruh Indonesia.

1. Hanya dengan setoran awal sebesar Rp 100.000,- Anda telah memiliki rekening tabungan Simpeda

2. Pembukaan rekening, penyetoran maupun penarikan dana tabungan dapat dilakukan di seluruh Cabang Bank SulutGo
3. Anda berhak mendapatkan kartu ATM yang dapat digunakan untuk bertransaksi pada Seluruh ATM Bank SulutGo dan 26.00 ATM berlogo ATM Bersama, dan Shared ATM Bank card logo ;

2) Tabungan Bunaken

Tabungan Bunaken adalah persembahan khusus bagi nasabah dan calon nasabah dengan bunga yang menarik dan fitur menarik lainnya

1. **Aman** dengan jaminan LPS
2. Suku **Bunga Bersaing**
3. Diberikan fasilitas **point Reward**
4. **Berhadiah Undian** yang menarik
5. Dilengkapi **Fitur dan fasilitas** menarik lainnya

3) Tabunganku

TabunganKu adalah tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Fitur produk TabunganKu dibedakan menjadi dua, yaitu :

1. Fitur Standard *(Mandator)* adalah fitur produk TabunganKu yang harus diterapkan secara seragam oleh seluruh bank yang meluncurkan produk TabaunganKu

2. Fitur Customized *(Optional)* adalah fitur produk TabunganKu yang dapat dipilih untuk diterapkan oleh bank yang meluncurkan produk TabunganKu.

4) Rekenig Giro

Rekening Giro adalah produk dana Bank SulutGo yang bertujuan untuk menghimpun dana masyarakat untuk dikelola secara professional.

1. Aman, karena Bank SulutGo adalah bank daerah dengan komposisi pemenang saham terbesar adalah Pemerintah Provinsi Sulawesi Utara dan Pemerintah Kabupaten/Kota yang ada di Provinsi Sulawesi Utara dan Gorontalo
2. Bunga harian berdasarkan saldo terendah
3. Tingkat suku bunga bersaing
4. Tingkat suku bunga 3%
5. On line system, yaitu terkoneksi dengan seluruh jaringan kantor Baank SulutGo sehingga memudahkan Nasabah untuk melakukan transaksi penyetoran dan penarikan secara tunai

5) Deposito

Produk dana Bank SulutGo yang bertujuan untuk menghimpun dana masyarakat untuk dikelola secara professional dengan jangka waktu pencairan tersedia dalam beberapa pilihan yaitu 1,3 6 dan 12 bulan. Adapun keunggulan Deposito Bank SulutGo :

1. Aman, karena Bank SulutGo adalah Bank Daerah dengan komposisi pemegang saham terbesar adalh Pemerintah Sulawesi Utara dan Pemerintah Kabupaten/Kota yang ada di Provinsi Sulawesi Utara dan Gorontalo

2. Tingkat suku bunga bersaing

6) Tabungan Bohusami

Tabungan Bohusami adalah Produk khusus bagi nasabah perorangan kelas menengah kebawah, sebagai wujud apresiasi kepada masyarakat Sulawesi Utara dan Gorontalo untuk lebih menarik minat masyarakat menjadi nasabah Bank SulutGo.

Mudah & Terjangkau

1. Setoran awal pembukaan rekening minimum Rp 50.000
2. Setoran tunai selanjutnya minimum Rp 20.000
3. Saldo minimum rekening (setelah penarikan) adalah Rp 50.000
4. Biaya pengelolaan rekening per bulan Rp 3.000
5. Tingkat suku bunga Tabungan Bohusami 3% pa, dan akan dilakukan *pricing* (penyesuaian) setiap 3 bulan
6. Setiap pembukaan Rekening Tabungan Bohusami, nasabah akan mendapatkan Kartu ATM Bohusami (Silver) secara yang gratis yang dapat digunakan diseluruh ATM Bank SulutGo dan ATM Bersama. (Pajak undian ditanggung oleh Bank SulutGo)

7) Tabungan PNS

Tabungan untuk Pegawai Negeri Sipil dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan oleh Bank SulutGo

8) Tabungan Simple

Bank SulutGo mempersembahkan Tabungan khusus bagi pelajar/siswa sekolah dari tingkat Paud s/d SMA dengan anama simpanan pelajar (simple)

dengan kemudahan setoran awal yang murah dan setoran selanjutnya yang ringan, simple dikemas untuk memberikan edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini. Simple dilengkapi dengan layanan e-delivery channel yang memudahkan siswa untuk melakukan transaksi.

Simple merupakan tabungan untuk siswa yang diterbitkan secara nasional oleh bank-bank di Indonesia, dengan persyaratan mudah dan sederhana, dilengkapi dengan fitur yang menarik, guna mendorong budaya menabung sejak dini.

4.1.7.2 Informasi Kredit

1) Kredit Usaha Mikro Sejahtera

Layanan Kredit Usaha Mikro Sejahtera Bank SulutGo

Untuk anda para wirausahawan, pengusaha mikro & kecil yang bergerak di bidang perdagangan dan jasa produksi kami siap menjadi mitra anda d//alam memajukan serta mengambangkan usaha anda

2) Kredit PNS

Pemberian fasilitas pinjaman kepada CAlon Pegawai Negeri Sipil dan Pegawai Negeri Sipil yang tujuan penggunaannya untuk memenuhi segala kebutuhan yang sifatnya memberi manfaat langsung, misalnya : biaya pendidikan, biaya perawatan/pengobatan dll.

3) KPPA

Pemberian fasilitas kredit kepada Pejabat Publik, Sekretaris Provinsi dan Sekretaris Kota/Kabupaten dan Anggota Dewan.

4) KSU Lembaga Agama

Pemberian fasilitas kredit kepada tokoh lembaga agama

5) KSU Perorangan Umum

Pemberian fasilitas kredit kepada perorangan/karyawan yang memiliki penghasilan tetap setiap bulan

6) Kredit Modal Kerja

Kredit Modal Kerja transaksional adalah kredit modal kerja usaha yang digunakan untuk membantu pengusaha dalam membiayai proyeknya berdasarkan transaksi ataukontrak kerja (Kontruksi dan atau pengadaan barang)

7) Kredit dengan Cash Collateral

Kredit yang diberikan dengan agunan dana cash yang berupa giro/tabungan di BANK SULUTGO yang diblokir atau deposito di Bank SulutGo baik milik sendiri atau pihak lain.

8) Garansi Bank

Jaminan pembayaran yang diberikan kepada suatu pihak baik perorangan atau badan/lembaga. Dengan jaminan tersebut bank menyatakan akan memenuhi/membayar kewajiban dari pihak yang dijamin kepada penerima jaminan apabila pihak yang dijamin tida dapat memenuhi kewajiban atau cidera janji.

4.1.7.3 Layanan

1) SMS Banking
2) Kliring
3) Samsat Online
4) BSG Cash
5) Bancassurance
6) BSG Ussd
7) BSG Debit
8) BSG Touch
9) BSG Direct

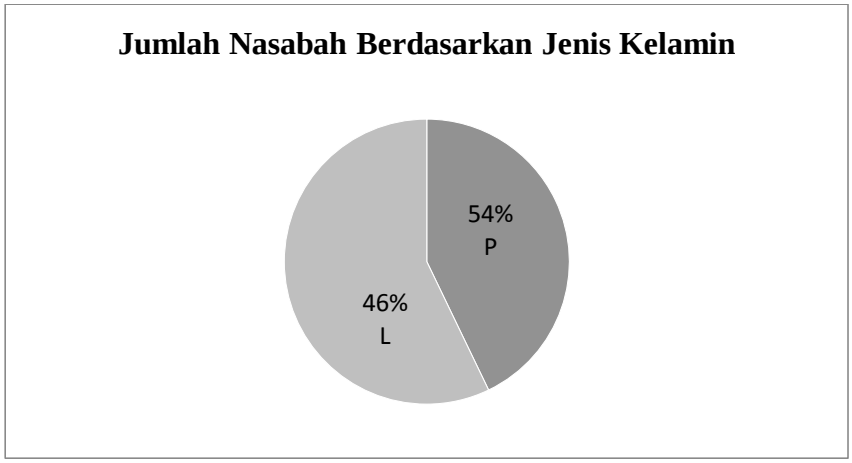
4.2 Hasil Analisis

4.2.1 Karakteristik Responden

Penelitian ini dilaksanakan pada Kantor Pusat PT. Bank SulutGo dengan sampel penelitian Nasabah yang ada di perusahaan. Berdasarkan data yang diperoleh, maka berikut ini akan menguraikan gambaran umum responden penelitian. Responden berjumlah 50 responden yang terbagi dalam beberapa kelompok kerja, dari data yang diperoleh terdapat beberapa komposisi yang akan diangkat seperti komposisi responden berdasarkan jumlah jenis kelamin, komposisi responden berdasarkan usia dan komposisi responden berdasarkan pendidikan terakhir yang dapat dilihat sebagai berikut :

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

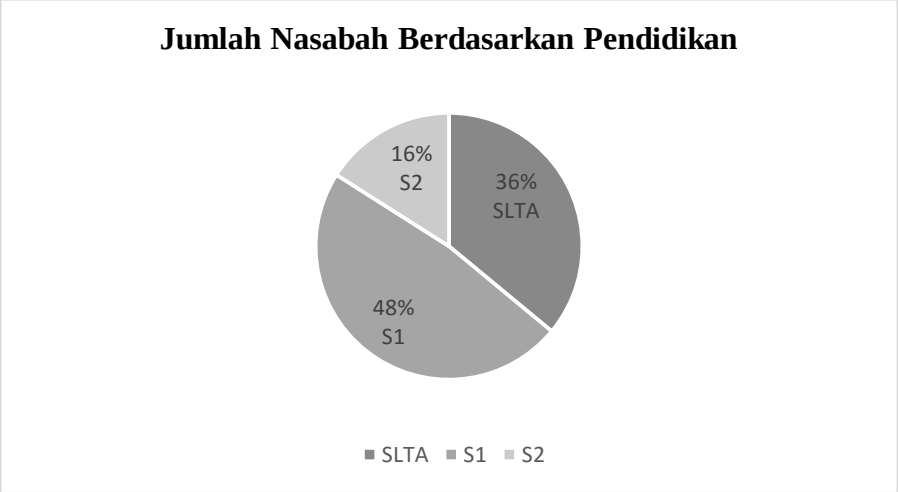
Berdasarkan dari jenis kelamin, Nasabah di bagi menjadi dua yaitu laki-laki dan perempuan. Dari hasil kuesioner yang disebarkan ditemukan bahwa Nasabah perempuan lebih dominan dibandingkan dengan laki-laki. Dari hasil pengolahan data dapat dilihat bahwa nasabah yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 27 orang dengan tingkat persentase 54% dan nasabah laki-laki sebanyak 23 orang dengan tingkat persentase 46%. Adapun jumlah Nasabah dapat dilihat pada gambar 4.3 berikut :



Gambar 43
Jumlah Nasabah Berdasarkan Jenis Kelamin
Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2025

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Berdasarkan pendidikan Nasabah memiliki pendidikan S1 yang paling banyak ditemui yaitu 24 orang dengan tingkat persentase 48% untuk SLTA terdapat 18 orang dengan tingkat persentase 36% dan masih terdapat S2 sebanyak 8 orang dengan tingkat persentase 16%. Selengkapnya di tabulasi data nasabah dapat dilihat pada gambar 4.4 berikut :

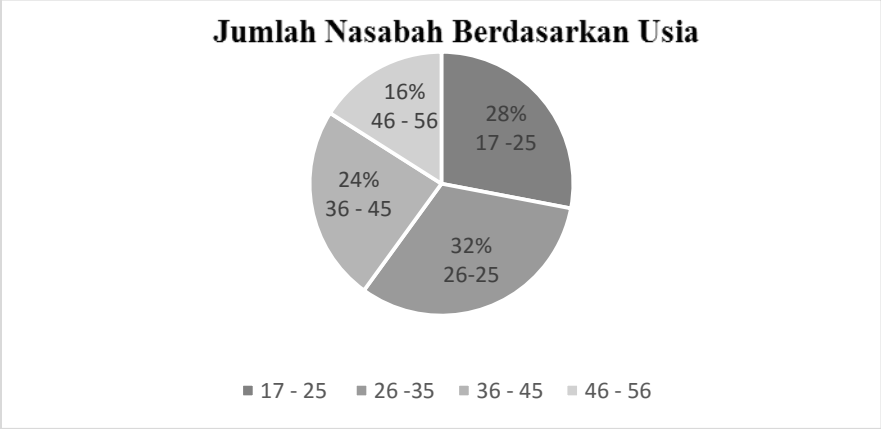


Gambar 4.4

Jumlah Nasabah Berdasarkan Pendidikan
Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2025

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui, nasabah yang paling banyak bertransaksi pada Kantor Pusat PT. Bank SulutGo adalah mereka pada range usia 26 - 35tahun yaitu sebanyak 16 orang yang terbanyak dengan tingkat persentase 32% mereka yang berada pada range usia 17 -25 tahun sebanyak 14 orang dengan tingkat persentase 28% selanjutnya usia 36 – 45 tahun yaitu sebanyak 12 orang dengan tingkat persentase 24% terakhir usia 46 – 56 tahun sebanyak 8 orang dengan tingkat persentase 16%, Dimana jumlah Nasabah berdasarkan usia dapat dilihat pada gambar 4.5 sebagai berikut :



Gambar 4.5

Jumlah Nasabah Berdasarkan Usia

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2025

Berdasarkan karakteristik responden di atas dapat diuraikan bahwa Nasabah yang ada pada Kantor Pusat PT. Bank SulutGo cukup bervariasi sehingga dapat mewakili populasi karyawan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyaitas Nasabah pada Kantor Pusat Kantor Pusat PT. Bank SulutGo. Berdasrkan data yang diperoleh dapat disimpulkan bahwa Nasabah yang merespon kuesioner pertanyaan mengenai pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah terhadap Loyalitas yang paling banyak adalah yang mempunyai umur yang produktif antara 26 – 35 tahun dengan persentase 32% sedangkan tingkat pendidikan paling banyak adalah S1 dengan jumlah 24 orang atau 48% dengan jenis kelamin perempuan berjumlah 27 orang atau 54%

4.2.2 Hasil Analisis Deskriptif

Untuk menegetahui penyebaran data penelitian kedua variable sehingga dapat diketahui distribusinya maka kedua variable Kualitas Layanan, Loyalitas Nasabah maka diperukan analisis deskriptif statistik. Hasil analisis Deskriptif Statistik untuk melihat proses penyebaran data berdasarkan ukuran gejala pusat dari variable Kualitas Layanan (X) dan Loyalitas Nasabah (Y) dari jawaban angket responden. Sebelum melakukan analisis maka terlebih dahulu variabel-variabel penelitian dideskripsikan untuk mengetahui karakteristik setiap variabel. Data yang dikumpulkan dari 50 responden ditabulasi menurut variabel penelitian dan deskripsikan dengan bantuan fasilitas Data *Analysis* dari SPSS versi 20. Hasil analisis deskriptif disajikan pada tabel 4.1 berikut :

Tabel 4.1
Deskriptif Variabel Penelitian Kualitas Layanan (X) dan Loyalitas Nasabah (Y)

Deskriptive Statistics	Kualitas Layanan (X)	Loyalitas Nasabah (Y)
Mean	16.24	15.28
Std. Error	.546	.486
Median	16.00	14.50
Mode	16	13
Std. Deviation	3.857	3.435
Variance	14.880	11.798
Skewness	-.172	.476
Kurtosis	-.276	-.203
Range	17	15
Minimum	7	8
Maximum	24	23
Sum	812	764

Sumber : Hasil Pengelohan Data Excel tahun 2025

Untuk penjelasan deskriptif statistic penelitian mengenai variabel Kualitas

Layanan dan Loyalitas Nasabah dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Deskripsi Variabel Kualita Layanan (X)

Berdasarkan hasil deskriptif statistic variabel Kualitas Layanan pada Tabel 4.1 diperoleh nilai Maximum 24 dan Minimum 7 atau memiliki Range 17 serta nilai Sample Variance 14,880 dengan nilai Standard Error0,546. Hal ini menggambarkan bahwa Kualitas Layanan pada Kantor Pusat Kantor Pusat PT. Bank SulutGo memiliki variasi nilai yang signifikan dengan tingkat kesalahan yang kecil, sehingga dapat digunakan sebagai variabel penelitian.

Pada Tabel 4.1 tersebut juga diperoleh nilai Mean 16,24 dengan nilai Skewness -0,172 dan nilai Kurtosis -0,276 yang mengarakterisasikan derajat asimetri dari distribusi Kualitas Layanan yang ada pada Kantor Pusat Kantor Pusat PT. Bank SulutGo terdistribusi normal dengan Standard Deviation 3,857. Dengan kata lain Kualitas Layanan pada Kantor Pusat Kantor Pusat PT. Bank SulutGo belum maksimal.

2. Deskripsi Variabel Loyalitas Nasabah (Y)

Berdasarkan hasil deskriptif statistic untuk variabel Loyalitas Nasabah pada Tabel 4.1 diperoleh nilai Maximum 23 dan Minimum 8 atau memiliki Range 15 serta nilai Sample Variance 11,798 dengan nilai Standard Error 0,846. Hal ini menggambarkan bahwa Loyalitas Nasabah pada Kantor Pusat Kantor Pusat PT. Bank SulutGo memiliki variasi nilai yang signifikan dengan tingkat kesalahan yang kecil, sehingga dapat digunakan sebagai variabel penelitian.

Pada Tabel 4.1 tersebut juga diperoleh nilai Mean 15,28 dengan nilai

Skewness 0,476 dan nilai Kurtosis -0.203 yang mengarakterisasikan derajat asimetri dari distribusi Loyalitas Layanan yang ada pada Kantor Pusat Kantor Pusat PT. Bank SulutGo terdistribusi normal dengan Standard Deviation 3,435. Dengan kata lain Loyalitas Nasabah pada Kantor Pusat Kantor Pusat PT. Bank SulutGo belum maksimal.

4.2.3 Hasil Analisi Instrumen Jawaban Responden

Dalam penelitian ini terdapat satu variabel independent yaitu Kualitas Layanan (X) dan satu variabel dependent Loyalitas Nasabah (Y). Untuk penjelasan hasil analisis deskriptif statistik penelitian mengenai variable Kualitas Layanan *dan* Loyalitas Nasabah dapat dijelaskan sebagai berikut :

Tabel 4.2
Rentang Skala Untuk Kategori Nilai Rata –Rata Skor Jawaban

No	Rentang Skala Nilai	Kategori
1	1.00 - 1.25	TB
2	1.26 - 2.50	CB
3	2.51 - 3.75	B
4	3.76 - 5.00	SB

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2025

1. Kualitas Layanan (X)

Kualitas Layanan ini akan menggambarkan penilaian Nasabah mengenai Kualitas Layanan yang ada di Kantor Bank SulutGodi Kota Manado. Variabel Kualitas Layanandiukur dari 5item atau instrumen yang dibuat berdasarkan lima indikator : 1) Bukti Fisik, 2) Keandalan, 3) Daya Tanggap, 4) Jaminan, dan 5) Empati.

Berikut tanggapan dari responden mengenai Kualitas Layanan pada Kantor Bank SulutGo di Kota Manado dapat dilihat pada Tabel 4.3 dibawah ini sebagai berikut :

Tabel 4.3
Instrumen Jawaban Responden Kualitas Layanan
Kantor Pusat Kantor Pusat PT. Bank SulutGo

Item	Frekuensi (F) dan Presentase (%) Jawaban dari Responden										Mean	Kat
	STS (1)		TS (2)		KS (3)		S (4)		SS (5)			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
Bukti Fisik												
X.1	0	0%	1	3%	13	42%	7	23%	29	94%	4,28	SB
Mean Indikator 1											**4,28**	SB
Keandalan												
X.2	18	58%	17	55%	6	19%	8	26%	1	3%	2,14	CB
Mean Indikator 2											**2,14**	CB
Daya Tanggap												
X.3	19	61%	20	65%	4	13%	6	19%	1	3%	2,00	CB
Mean Indikator 3											**2,00**	CB
Jaminan												
X.4	2	6%	3	10%	6	19%	22	71%	17	55%	3,98	SB
Mean Indikator 4											**3,98**	SB
Empati												
X.5	29	94%	1	3%	1	3%	17	55%	19	61%	3,84	SB
Mean Indikator 5											**3,84**	SB
Mean Variabel											**3,42**	**B**

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 20 Tahun 2025

Dari jawaban responden hasil analisis Tabel 4.3 di atas menunjukan bahwa instrument jawaban responden Kualitas Layanan Kantor Bank SulutGo di Kota Manado dikategorikan baik. Dari hasil analisis dari 5 instrumen pertanyaan didapatkan nilai skor jawaban rata-rata sebesar (3,42) berada pada kategori

baik. Ini berarti instrument jawaban responden variabelKualitas Layanandikategorikan baik namun perlu di tingkatkan lagi karena masih terdapat sub-sub indikator yang cukup baik.

2. Loyalitas Nasabah (Y)

Loyalitas Nasabah ini akan menggambarkan penilaian Nasabah mengenai Loyalitas Nasabah yang ada di Kantor Bank SulutGo di Kota Manado. Variabel Loyalitas Nasabah diukur dari 5 item atau instrumen yang dibuat berdasarkan empat indikator : 1) Pembelian Berulang, 2) Rekomendasi, 3) Keengganan Berpindah, dan 4) Komitmen.

Berikut tanggapan dari responden mengenaiLoyalitas Nasabah pada Kantor Bank SulutGo di Kota Manado dapat dilihat pada Tabel 4.4dibawah ini sebagai berikut :

Tabel 4.4
Instrumen Jawaban RespondenLoyalitas NasabahPada Kantor Pusat Kantor Pusat PT. Bank SulutGo di Kota Manado

Item	Frekuensi (F) dan Presentase (%) Jawaban dari Responden										Mean	Kat
	STS (1)		TS (2)		KS (3)		S (4)		SS (5)			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
Pembelian Berulang												
Y.1	0	0%	1	3%	8	26%	16	52%	25	81%	4,30	SB
Mean Indikator 1											**4,30**	SB
Rekomendasi												
Y.2	12	39%	24	77%	10	32%	4	13%	0	0%	2,12	CB
Mean Indikator 2											**2,12**	CB
Keengganan Berpindah												
Y.3	19	61%	13	42%	12	39%	5	16%	1	3%	2,12	CB
Mean Indikator 3											2,12	CB
Komitmen												
Y.4	0	0%	1	3%	6	19%	17	55%	26	84%	4,36	SB
Y.5	9	29%	21	68%	12	39%	8	26%	0	0%	2,38	CB
Mean Idikator 3											**3,37**	B
Mean Variabel											**3,26**	B

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS 20 Tahun 2025

Dari jawaban responden hasil analisis Tabel 4.4 di atas menunjukan bahwa instrument jawaban responden Loyalitas Nasabah Kantor Bank SulutGodi Kota Manado dikategorikan baik. Dari hasil analisis dari 5 instrumen pertanyaan didapatkan nilai skor jawaban rata-rata sebesar (3,26) berada pada kategori baik. Ini berarti instrument jawaban responden variabel Loyalitas Nasabah dikategorikan baik namun perlu di tingkatkan lagi karena masih terdapat sub-sub indikator yang cukup baik.

4.2.4 Total Skor

Untuk mengetahui seberapa baik tanggapan responden terhadap variabel

yang diteliti akan diuraikan sebagai berikut secara total dan presentase yang dihasilkan yang menggambarkan keadaan variabel Kualitas Layanan daan Loyalitas Nasabah dapat dilihat pada hasil analisis berikut ini :

1. Total Skor Kualitas Layanan (X)

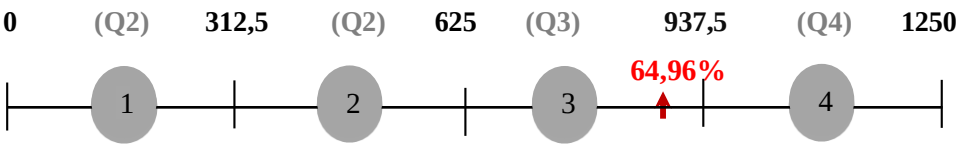
Untuk ini skor tertinggi 1250 sedangkan jumlah skor total hasil analisis instrumen jawaban 50 responden variabel Kualitas Layanan (X) yaitu 812 dengan demikian presentase total instrumen jawaban 50 responden variabel Kualitas Layanan 64,96% untuk jelasnya dapat dilihat pada tabel :

Tabel 4.5
Presentase Total Skor Jawaban Instrumen Variabel Kualitas Layanan (X)

NO	ANALISA TOTAL SKOR X	HASIL	KETERANGAN				
1	SKOR TERTINGGI	5					
2	JUMLAH PERTANYAAN	5					
3	JUMLAH RESPONDEN	50					
4	TOTAL SKOR JWB TERTINGGI	**1250**	**TTL SKOR TERTINGGI = 5 X 5 X 50 = 1250**				
5	TOTAL SKOR JAWABAN	**812**					
6	TOTAL SKOR PROSENTASE	**64,96**					
7	QUARTIL (EMPAT BBGN.YG SAMA)	**312,5**					
8	GARIS QUARTIL PEMBAHASAN	4	Q0	Q1	Q2	Q3	Q4
			0	**312,5**	**625**	**937,5**	**1250**

Sumber Data Pengolahan MS Excel Tahun 2025

Agar lebih jelasnya penyebaran jawaban instrument variabel Kualitas Layanan.Hal ini secara kontimun dapat digambarkan kategori penyebaran data dalam (Quartil) yang dapat dibagi atas empat bilangan angka yang sama seperti pada gambar 4.6 sebagai berikut :



Tidak Baik	Kurang Baik	Baik	Sangat Baik

Gambar 4.6
Total Skor Kualitas Layanan (X)

Dari Gambar 4.5 di atas Total Skor instrumen jawaban variabel Kualitas Layanan (X) terletak di Quartil ketiga dengan angka yaitu 937,5. Sedangkan hasil analisis prosentase total skor jawaban responden yaitu 64,96% termasuk pada kategori baik dan sudah mendekati sangat baik. Hal ini menunjukan bahwa Kualitas Layanan sudah baik namun masih terdapat Gap sebesar 35,04% yang perlu ditingkatkan agar dapat meningkatkan Loyalitas Nasabah pada Kantor Pusat Kantor Pusat PT. Bank SulutGodi Kota Manado.

2. Total Skor Loyalitas Nasabah (Y)

Untuk ini skor tertinggi 1250 sedangkan jumlah skor total hasil analisis instrumen jawaban 50 responden variabel Kualitas Layanan (X) yaitu 746 dengan demikian presentase total instrumen jawaban 50 responden variabel Kualitas Layanan 61,12% untuk jelasnya dapat dilihat pada tabel :

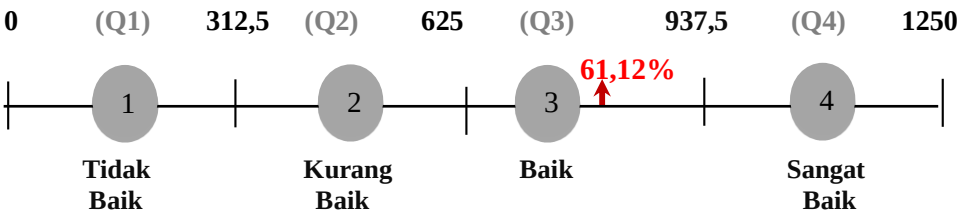
Tabel 4.6
Presentase Total Skor Jawaban Instrumen Variabel Loyalitas Nasabah (Y)

NO	ANALISA TOTAL SKOR Y	HASIL	KETERANGAN
1	SKOR TERTINGGI	5	
2	JUMLAH PERTANYAAN	5	

3	JUMLAH RESPONDEN	50					
4	TOTAL SKOR JWB TERTINGGI	**1250**	**TTL SKOR TERTINGGI = 5 X 5 X 50 = 1250**				
5	TOTAL SKOR JAWABAN	**746**					
6	TOTAL SKOR PROSENTASE	**61,12**					
7	QUARTIL (EMPAT BBGN.YG SAMA)	**312,5**					
8	GARIS QUARTIL PEMBAHASAN	4	Q0	Q1	Q2	Q3	Q4
			0	**312,5**	**625**	**937,5**	**1250**

Sumber Data Pengolahan MS Excel Tahun 2025

Agar lebih jelasnya penyebaran jawaban instrument variabel Loyalitas Nasabah. Hal ini secara kontimun dapat digambarkan kategori penyebaran data dalam (Quartil) yang dapat dibagi atas empat bilangan angka yang sama seperti pada gambar 4.7 sebagai berikut :



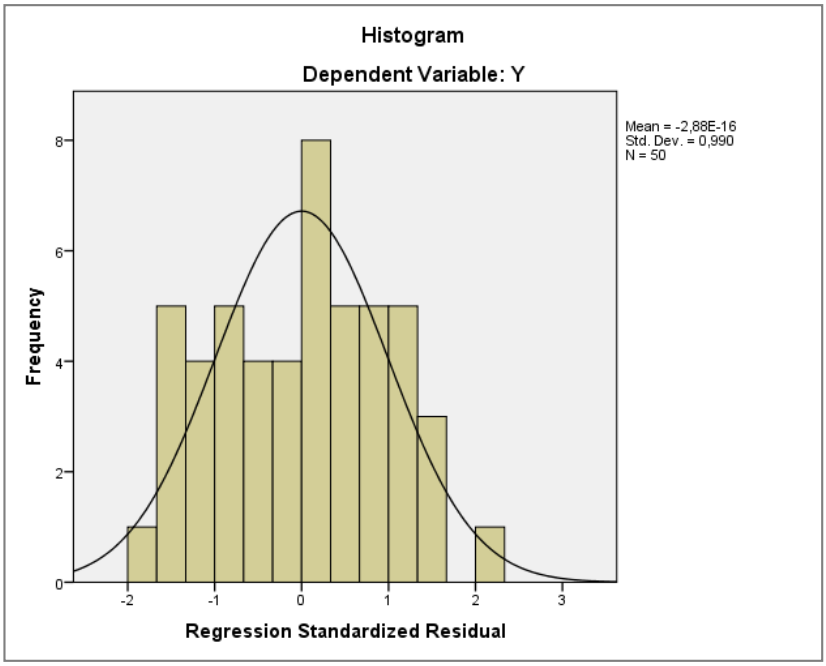
Gambar 4.7
Total Skor Loyalitas Nasabah (Y)

Dari Gambar 4.6 di atas Total Skor instrumen jawaban variabel Loyalitas Nasabah (Y) terletak di Quartil ketiga dengan angka yaitu 937,5. Sedangkan hasil analisis prosentase total skor jawaban responden yaitu 61,12% termasuk pada kategori baik dan sudah mendekati sangat baik. Hal ini menunjukan bahwa Loyalitas Nasabah sudah baik namun masih terdapat Gap sebesar 38,88% yang perlu ditingkatkan agar dapat meningkatkan Loyalitas Nasabah pada Kantor Pusat Kantor Pusat PT. Bank SulutGodi Kota Manado.

4.2.5 Analisis Grafik

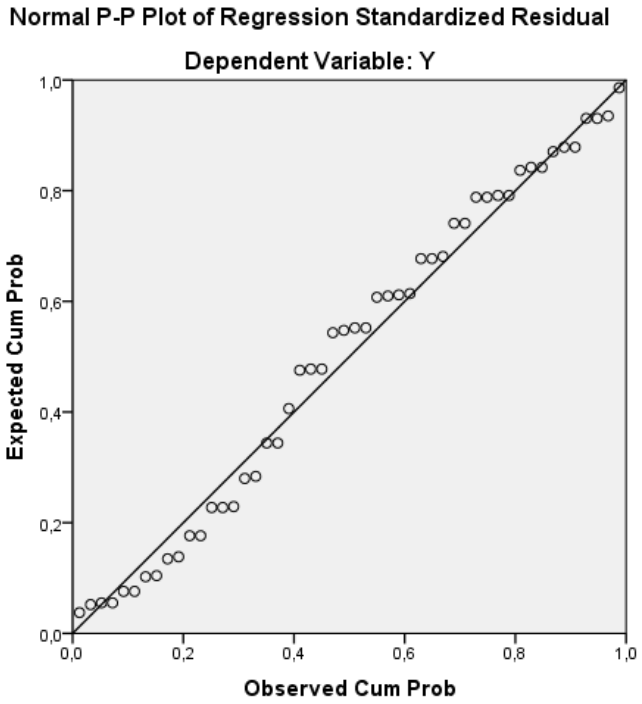
Tampilan grafik residual masing-masing variabel seperti ditunjukkan gambar berikut (grafik telah disunting) terlihat tidak membentuk pola tertentu. Syarat untuk melaksanakan penelitian kuantitatif sebelum menganalisis variabel independen dalam hal ini Loyalitas Nasabah (Y) dan variabel dependen dalam hal ini Kualitas Layanan (X) harus memenuhi kriteria dimana data harus berdistribusi normal yang membentuk kurva distribusi normal.

Apabila hasil analisis distribusi normal membentuk kurva distribusi normal maka data tersebut layak untuk dianalisis secara kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi dan korelasi.Dari Gambar 4.7 dibawah terlihat bahwa data ini layak untuk dianalisis karena penyebaran data membentuk kurva distribusi normal dimana datanya menyebar normal dan kebanyakan data terkumpul ditengah-tengah (median) membentuk sebuah lonceng. Ini menunjukkan variabel Kualitas Layanan (X) dan variabel Loyalitas Nasabah (Y) penyebarannya adalah normal berdasarkan jawaban responden melalui instrument penelitian yang dilaksanakan berupa kuesioner yang dibagikan kepada Nasabah dan layak untuk dianalisis dalam memecakan masalah dalam penelitian ini. Seperti terlihat dalam Gambar 4.7 Grafik Histogram di bawah ini.



Gambar 4.8
Grafik Histogram Korelasi dan Regresi Linear Sederhana Variabel Kualitas Layanan (X) dan Loyalitas Nasabah (Y)

Sedangkan Angka residual masing-masing variabel tersebar merata yaitu : bernilai positif sehingga dapat disimpulkan bahwa model persamaan regresi linear sederhana layak digunakan untuk memprediksi Loyalitas Nasabah dalam penelitian diatas. Dari Gambar 4.8 diatas terlihat membentuk polah linear dimana peningkatan variabel Kualitas Layanan (X) mampu meningkatkan Loyalitas Nasabah (Y) pada Kantor Pusat Kantor Pusat PT. Bank SulutGodi Kota Manado. Hal ini terlihat dari pola hubungan kedua variabel peningkatannya mendekati garis persamaan linear yang semakin meningkat. Seperti terlihat pada Gambar 4.9 Normal Plot Residual Standart di bawah ini



Gambar 4.9
Normal Plot Regresi Residual Standar

4.2.6 Hasil Analisis Regresi Sederhana

Loyalitas Nasabah dapat dipengaruhi banyak faktor, baik faktor internal maupun faktor eksternal instansi. Dalam studi pustaka yang diuraikan pada Bab 2 telah diketahui bahwa variabel-variabel yang menjadi bagian dari model penelitian ini saling berinteraksi secara kompleks. Untuk itu perlu dianalisis hubungan antara setiap variabel yang menjadi bagain dari model penelitian ini.

Dengan menggunakan kuesioner (terlampir) yang diberikan kepada 50 Nasabah pada Kantor Bank SulutGo di Kota Manado diperoleh data dan ditabulasi menurut variabel penelitian. Data yang terkelompok menurut variabel tersebut dianalisis dengan bantuan Aplikasi SPSS Versi 20.

Hasil analisis antar variabel Kualitas Layanan (X) dan Loyalitas Nasabah

(Y) dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

1. Hasil Analisis Korelasi dan Regresi Sederhana Variabel Kualitas Layanan (X) dan Loyalitas Nasabah (Y)

Pada tabel ini disajikan hasil analisis regresi dan korelasi secara parsial untuk mengetahui hubungan, pengaruh serta koefisien determinasi antara Kualitas Layanan (X) terhadap Loyalitas Nasabah (Y) padaKantor Pusat Kantor Pusat PT. Bank SulutGodi Kota Manado. Disamping itu juga hasil analisis ini menggunakan program Statistik SPSS Versi 20 seperti terlihat pada Tabel 4.7 berikut ini :

Tabel 4.7
Model Summary Korelasi dan Regresi Sederhana Kualitas Layanan (X) Terhadap Loyalitas Nasabah (Y)

Correlations			
		Kualitas Layanan (X)	Loyalitas Nasabah (Y)
X	Pearson Correlation	1	.552
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	50	50
Y	Pearson Correlation	.552	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	50	50

ANOVA[a]						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	176.408	1	176.408	21.081	,000[b]
	Residual	401.672	48	8.368		
	Total	578.080	49			
a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah						
b. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan						

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.292	1.787		4.080	.000
	Kualitas Layanan	.492	.107	.552	4.591	.000
a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah						

Model Summary[b]				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.552	.305	.291	2.893
a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan				
b. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah				

Sumber : Hasil Analisis Data SPSS 20 Tahun 2025

Untuk lebih jelasnya mengenai hasil analisis korelasi dan regresi antara variabel Kualitas Layanan (X) terhadap Loyalitas Nasabah (Y) dalam penelitian ini didapat nilai koefisien korelasi r = 0,552 menunjukkan bahwa Kualitas Layanan Memiliki Hubungan Kuat dan Signifikan terhadap peningkatan Loyalitas Nasabah pada Kantor Pusat Kantor Pusat PT. Bank SulutGodi Kota Manado. Nilai koefisien determinasi*R Square* yaitu r^2 = 0,305 menunjukkan bahwa variasi Loyalitas Nasabah pada Kantor Pusat Kantor Pusat PT. Bank SulutGodi Kota Manado 30,5% dipengaruhi oleh Kualitas Layanan, sedang sisanya 69,5%dipengaruhi faktor lain.

Persamaan regresi antar variabel Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah adalah Y = 7,29 + 0,492X menunjukkan pengaruh yang positif. Hasil persamaan ini menunjukkan bahwa peningkatan Loyalitas ditentukan oleh Kualitas Layanan pada Kantor Pusat Kantor Pusat PT. Bank SulutGodi Kota

Manado dengan konstanta sebesar 7,29 dan koefisien regresi variabel X sebesar 0,492 signifikan pada $\alpha = 0,05$ dengan nilai P yang sangat kecil. Jadi apabila Kualitas Layananditingkatkan satu satuan maka akan meningkatkan sebesar 0,492 satuan Loyalitas pada Kantor Pusat Kantor Pusat PT. Bank SulutGodi Kota Manado. Sebaliknya jika Kualitas Layanandikurangi satu satuan maka akan menurunkan sebesar 0,492 satuan Loyalitas pada Kantor Pusat Kantor Pusat PT. Bank SulutGodi Kota Manado. *Intercept* yang dihasilkan dari hasil analisissebesar 7,29 berarti tanpa adanya variable Kualitas Layanan besar skor Loyalitas Nasabah adalah 7,29.

4.2.7 Uji Hipotesis Uji t

Uji koefisien regresi dilakukan dengan tujuan untuk menguji signifikan hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) baik secara parsial. Uji t dilakukan untuk menguji signifikan hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) secara parsial dilakukan untuk menguji signifikan hubungan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) secara simultan atau bersama-sama. Uji t dapat dilakukan dengan menggunakan data t_{hitung} (t Stat) melalui Uji t secara parsial berikut ini :

1. Uji t- Test secara Parsial Kualitas Layanan (X) Terhadap Loyalitas Nasabah (Y)

Uji statistik t pada dasarnya digunakan untuk melihat pengaruh variabel *independent* terhadap variabel *dependen*t secara parsial. Dimana pada penelitian ini untuk melihat pengaruh Kualitas Layanan X terhadap Loyalitas

Nasabah Y pada Kantor Pusat Kantor Pusat PT. Bank SulutGodi Kota Manado secara parsial / individual. Untuk mengetahui serta menguji Hipotesis pertama dapat dilihat dari output SPSS Versi 20 sebagai berikut :

Tabel 4.8
Summary Output Coefficients Variabel Kualitas Layanan (X) Terhadap Loyalitas Nasabah (Y)

Coefficients[a]						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.292	1.787		4.080	.000
	Kualitas Layanan	.492	.107	.552	4.591	.000
a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah						

Sumber : Hasil Analisis Data SPSS 20 Tahun 2025

Berdasarkan Tabel 4.8 di atas, di dapat nilai koefisien regresi untuk uji secara parsial variabel Kualitas Layanan (X) terhadap Loyalitas Nasabah (Y). Dengan menggunakan t-test, diperoleh nilai **t hitung** variabel Kualitas Layanan(X) sebesar 4,591 sedangkan t tabel pada taraf kepercayaan 95% (signifikansi 5% atau 0,05) dan derajat bebas (df) = N-k-1 = 50-1-1 = 48 dimana N = jumlah sampel, dan k = jumlah variabel independen adalah sebesar 2,008 dengan demikian t hitung = 4,591> t tabel = 2,008 dan nilai signifikansi sebesar 0,001 (sig < 0,05). Berdasarkan analisis di atas disimpulkan bahwa Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah pada Kantor Pusat Kantor Pusat PT. Bank SulutGo di Kota Manado secara parsial / individual sehingga hipotesis nol (Ho) ditolak dan Ha diterima, sehingga hipotesis ini telah teruji secara empiris.

Dengan membandingkan t_{tabel} dan t_{hitung} untuk menentukan Hipotesis 1 pada uji t yaitu :

H_o: $\beta_1 \leq 0$ (Kualitas Layanan secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan Loyalitas Nasabah pada Kantor Pusat Kantor Pusat PT. Bank SulutGo di Kota Manado)

H_a: $\beta_1 > 0$ (Kualitas Layanan secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan Loyalitas Nasabah padaKantor Pusat Kantor Pusat PT. Bank SulutGo di Kota Manado)

Bila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_o diterima H_a ditolak, jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_o ditolak H_a diterima. Variabel Kualitas Layanandengan t_{hitung}4,591lebih besar dari t_{tabel} 2,008 yang berarti variabel Kualitas Layanansecara parsial berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah pada Kantor Pusat Kantor Pusat PT. Bank SulutGo.

4.3 Pembahasan

4.3.1 Gambaran Kualitas Layanan pada Kantor Pusat PT. Bank SulutGo di Kota Manado

Kualitas Layanan adalah segala bentuk tindakan atau perbuatan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lainnya dengan senantiasa memperhatikan produk, manusia/tenaga kerja, proses serta lingkungan guna pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan nasabah.

Kualitas Layanan Kantor Pusat PT. Bank SulutGo di Kota Manado sudah baik. Hasil temuan penelitian dimana dari 6 indikator ternyata kualitas layanan sepenuhnya sudah baik namun masih ada gap dalam penerapannya sehingga tidak sepenuhnya berjalan secara optimal di Kantor Pusat Bank SulutGo. Hal ini dapat dilihat dari hasil analisis terhadap lima indikator Kualitas Layanan teerdapat lima indikator yaitu sebagai berikut : 1) Bukti Fisik yaitu 4,28 di kategorikan sangat baik, 2) Keandalan yaitu 2,14 di kategorikan cukup baik, 3) Daya Tanggap yaitu 2,00 di

kategorikan cukup baik, 4) Jaminan yaitu 3,98 di kategorikan sangat baik, 5) Empati yaitu 3,84 di kategorikan sangat baik, namun secara keseluruhan Kualitas Layanan pada Kantor Pusat Bank SulutGo di kategorikan baik dengan nilai 3,42.

Temuan ini juga diperkuat dengan hasil analisis Total skor Variabel kualitas layanan pada Kantor Pusat PT. Bank SulutGo sebesar 64,96% yang berada di quartile ke-3 yang dikategorikan baik, walaupun masih terdapat gap 35,04%.

Dari kajian serta temuan diatas bahwa Kualitas Layanan pada Kantor Pusat PT. Bank SulutGo di Kota Manado sudah baik namun masih perlu ditingkatkan sub-sub indikator yang cukup baik agar mampu menunjang system kerja dalam mewncapai tujuan perusahaan.

4.3.2 Gambaran Loyalitas Nasabah pada Kantor Pusat PT. Bank SulutGo di Kota Manado

Loyalitas Nasabah adalah kecenderungan seseorang yang melakukan pembelian sebuah produk atau jasa secara konsisten dalam jangka waktu yang panjang dan kemudian akan merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada orang lain. Loyalitas Nasabah Kantor Pusat PT. Bank SulutGo di Kota Manado sudah baik. Hasil temuan penelitian dimana dari 4 indikator ternyata Loyalitas Nasabah sepenuhnya sudah baik namun masih ada gap dalam penerapannya sehingga tidak sepenuhnya berjalan secara optimal di Kantor Pusat Bank SulutGo. Hal ini dapat dilihat dari hasil analisis terhadap empat indikator Loyalitas Nasabah teerdapat empat indikator yaitu sebagai berikut : 1) Pembelian Berulang yaitu 4,30 di kategorikan sangat baik, 2) Rekomendasai yaitu 2,12 di kategorikan cukup baik,

3) Keengganan Berpindah yaitu 2,12 di kategorikan cukup baik, 4) Komitmen yaitu 3,37 di kategorikan baik, namun secara keseluruhan Loyalitas Nasabah pada Kantor Pusat Bank SulutGo di kategorikan baik dengan nilai 3,26.

Temuan ini juga diperkuat dengan hasil analisis Total skor Variabel loyalitas nasabah pada Kantor Pusat PT. Bank SulutGo sebesar 61,12% yang berada di quartile ke-3 yang dikategorikan baik, walaupun masih terdapat gap 38,88%.

Dari kajian serta temuan diatas bahwa Loyalitas Nasabah pada Kantor Pusat PT. Bank SulutGo di Kota Manado sudah baik namun masih perlu ditingkatkan sub-sub indikator yang cukup baik agar mampu menunjang system kerja dalam mewncapai tujuan perusahaan.

4.3.3 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Kantor Pusat PT. Bank SulutGo di Kota Manado

Kualitas layanan merupakan faktor penting yang dapat digunakan sebagai strategi untuk meningkatkan loyalitas nasabah. Kualitas layanan tidak hanya dilihat dari seberapa baik sebuah bank memberikan pelayanan, tetapi juga bagaimana pelayanan tersebut mampu memenuhi dan bahkan melebihi harapan nasabah. Kualitas layanan dapat diwujudkan melalui berbagai aspek, seperti bukti fisik (tangibles), keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), dan empati (empathy). Apabila seluruh dimensi tersebut dapat berjalan dengan baik, maka akan tercipta pengalaman positif yang memperkuat hubungan nasabah dengan bank.Dalam konteks perbankan, khususnya pada PT. Bank SulutGo, kualitas layanan yang tinggi menjadi kebutuhan yang sangat penting

untuk membangun citra positif dan mempertahankan nasabah di tengah persaingan industri perbankan. Nasabah tidak akan menunjukkan loyalitas yang kuat apabila merasa bahwa layanan yang diberikan tidak sesuai dengan kebutuhan dan harapan mereka. Oleh karena itu, kualitas layanan harus dipandang sebagai investasi strategis yang dapat meningkatkan kepercayaan, kepuasan, dan akhirnya loyalitas nasabah.

Tjiptono (2016:59) menambahkan bahwa kualitas layanan adalah upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya guna menyeimbangkan harapan konsumen. Jika kualitas layanan sesuai dengan harapan, maka akan tercipta loyalitas yang kuat. Peningkatan kualitas layanan yang konsisten akan memberikan dampak positif bagi loyalitas nasabah. Hal ini terlihat dari perilaku nasabah yang bersedia melakukan transaksi ulang, merekomendasikan bank kepada orang lain, menunjukkan komitmen jangka panjang, dan enggan berpindah ke bank pesaing. Sebaliknya, apabila kualitas layanan rendah, nasabah akan cenderung menurunkan tingkat loyalitasnya bahkan beralih ke bank lain. Dengan demikian, kualitas layanan yang baik pada Bank SulutGo akan menjadi daya dorong penting dalam membangun loyalitas nasabah yang berkesinambungan, sehingga mampu memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan dan keberlanjutan perusahaan. Hasil tersebut dapat dilihat dari temuan dimana Kualitas Layanan masih dikategorikan cukup baik dengan interval nilai yaitu (1.26 - 2.50) namun keseluruhan nilai indikator sudah dikategorikan baik dengan nilai 3,42. Hal ini dapat dilihat dari : 1) Masih kurangnya informasi yang diberikan tidak akurat dan jelas 2) Karyawan masih kurang cepat dalam merespon

permintaan.

Namundari hasil penelitian dapat dilihat juga masih terdapat karyawan yang mempunyai Kualitas Layanan yang baik dalam hal : 1) Ruang pelayanan rapi dan nyaman, 2) karyawan bersikap sopan dan ramah dalam pelayanan 3) karyawan memberikan waktu pelayanan disesuaikan dengan kenyamanan nasabah. Hal ini sejalan juga dengan hasil temuan penelitian Nasabah yang ada di Kantor Pusat PT. Bank SulutGo dimana instrument jawaban keseluruhan Kualitas Layanan yang ada dilkategorikan baik dengan prosentase yaitu 64,96% walupun masih terdapat kesenjangan 35,04%.

Koefisien regresi pada masing-masing variabel bebas yang diuji memiliki arah koefisien yang positif dan memiliki. nilai signifikan kurang dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas Kualitas Layanan dalam penelitian ini memiliki pengaruh yang positif dan signifikan pada variabel Loyalitas Nasabah.

Hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS 20 diperoleh nilai t hitung sebesar 4,591 dengan signifikan sebesar 0,000. Oleh karena nilai t hitung sebesar 4,591 lebih besar dari pada t tabel sebesar 2,008 dengan nilai signifikan 0,000 < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa pada kelompok yang diuji memiliki perbedaan yang nyata (signifikan). Hal ini mempunayai arti bahwa secara parsial Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah pada Kantor Pusat PT. Bank SulutGo.

Hasil analisis korelasi didapat r = 0,552 dikategorikan mempunyai hubungan yang kuat dan positif antara variabel kualitas layanan dan loyalitas nasabah. Besarnya pengaruh variabel bebas (Kualitas Layanan) terhadap variabel

terikat (Loyalitas Nasabah) ditunjukkan oleh nilai determinasi total (*R Square*). Hasil uji koefisien determinasi pada Tabel menunjukkan nilai *R Square* sebesar 0,305 mempunyai arti bahwa sebesar 30,5% variasi Loyalitas nasabah Kantor Pusat Bank SulutGo dipengaruhi oleh variasi Kualitas layanan, sedangkan sisanya sebesar 69,5 dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model.

Berdasarkan hasil analisis pengaruh Kualitas Layananterhadap Loyalitas Nasabah diperoleh nilai signifikasi sebesar 0,000 dengan nilai koefisien regresi positif sebesar 0,492 Nilai Signifikansi 0,000< 0,05 mengindikasikan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima. Hasil analisis ini mempunyai arti bahwa Loyalitas Nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah pada Kantor Pusat PT. Bank SulutGo. Hal ini memiliki makna bahwa semakin baik kualitas layanan, maka akan semakin tinggi pula loyalitas nasabah pada Kantor Pusat PT. Bank SulutGo. Begitu pula sebaliknya, semakin buruk Kualitas Layanan maka semakin rendah tingkat Loyalitas Nasabah pada Kantor Pusat PT. Bank SulutGo.Hasil tersebut mengindikasikan bahwa indikator yang terkandung dalam Kualitas Layanan mampu meningkatkan dan berdampak nyata terhadap Loyalitas Nasabah pada Kantor Pusat PT. Bank SulutGo . Kualitas Layanan yang diukur berdasrkan indikator : 1) Bukti Fisik, 2) Keandalan, 3) Daya Tanggap, 4) Jaminan 5) Empati. Terbukti berpengaruh peningkatan Loyalitas Nasabah pada Kantor Pusat PT. Bank SulutGo. Menurut Kotler & Keller (2016), kualitas layanan adalah kemampuan perusahaan dalam memenuhi atau melampaui harapan pelanggan secara konsisten. Dengan kata lain, kualitas layanan bukan hanya tentang apa yang diberikan, tetapi bagaimana layanan tersebut dirasakan oleh pelanggan.

Temuan ini dapat diartikan bahwa apabila Karyawan Kantor Pusat PT. Bank SulutGo mampu meningkatkan Kualitas Layanan untuk menyelesaikan pekerjaan perbankan dengan meningkatkan bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati. Kemudian memberikan kepercayaan untuk membuat keputusan yang tepat ketika melakukan tugas diantara seluruh Karyawan maupun antar unit kerja maka hal tersebut akan mampu memberikan kontribusi yang signifikan untuk meningkatkan Loyalitas Nasabah pada Kantor Pusat PT. Bank SulutGo sesuai dengan sasaran mutu kerja setiap unit kerja yang ada pada Kantor Pusat PT. Bank SulutGo.

Penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Layanan berpengaruh langsung secara positif terhadap Loyalitas Nasabah. Hal ini berarti jika akan meningkatkan Loyalitas Nasabah pada Kantor Pusat PT. Bank SulutGo, maka dapat dilakukan dengan meningkatkan Kualitas Layanan terhadap Nasabah dalam hal : (1) karyawan harus memeberikan informasi yang akurat dan jelas, (2) karyawan lebih cepat dalam merespon permintaan nasabah. Ini perlu dilakukan agar berbagai pekerjaan tenaga perbankan yang terkait dengan Kualitas Layanan berdampak terhadap peningkatan Loyalitas Nasabah yang ada pada Kantor Pusat PT. Bank SulutGo.

Berdasrakan hasil analisis dan pembahasan diatas ternyata Kualitas Layanan secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan Loyalitas Nasabah. Artinya apabila Loyalitas Nasabah meningkat tentunya akan mampu meningkatkan Loyalitas Nasabah pada Kantor Pusat PT. Bank SulutGo. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan diatas ternyata Kualitas Layanan secara

parsial berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan Loyalitas Nasabah. Artinya apabila Kualitas Layanan meningkat tentunya akan mampu meningkatkan Loyalitas Nasabah pada Kantor Pusat PT. Bank SulutGo.

4.4 Implementasi

"Upaya dalam meningkatkan Loyalitas Nasabah melalui pelaksanaan Kualitas Layanan yang diberikan :

Berdasrakan hasil penelitian yang dihubungkan dengan teori konsep yang dijabarkan diatas, maka penulis mengimplementasiakan Kualitas Layanan pada Kantor Pusat PT. Bank SulutGo masih harus lebih ditingkatkan demi meningkatkan Loyalitas Nasabah yang ada. Berdasarkan identifikasi masalah tanggapan dan respon dari responden yang penulis temui, kualitas layanan yang diberikan oleh Kantor Pusat PT. Bank SulutGo sudah baik tapi harus ditingkatkan, hal ini terlihat jelas karena masih terdapat beberapa keluhan dari nasabah pada dimensi Keandalan (reability) bahwa masih kurangnya informasi yang diberikan tidak akurat dan jelas, namun pada kenyataannya pelayanan yang diberikan karyawan belum maksimal. Masih terjadi keterlambatan dalam memberikan informasi kepada nasabahadalah salah satu faktor indikator yang menunjukkan kurangnya keandalan dan dapat berdampak negatif terhadap loyalitas nasabah. pada dimensi Daya Tanggap (responsiveness) bahwa karyawan masih kurang cepat dalam merespon permintaan, karyawan belum maksimal ketika memberikan memberikan respon kepada nasabah. Hal tersebut yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah, karena itu komunikasi atau respon yang baik anatara karyawan dan nasabah sangat diperlukan.

Implementasi yang dapat dilakukan yaitu mengadakan review. Review merupakan salah satu prinsip dari kualitas layanan yang merupakan satu-satunya alat yang efektif bagi perusahaan untuk mengubah perilaku organisasional. Proses ini merupakan suatu mekanisme yang menjamin adanya perhatian yang konstan dan terus menerus dalam mencapai tujuan kualitas layanan. Ketika suatu perusahaan telah mengetahui masalah-masalah apa saja yang ada dalam perusahaannya, dalam hal ini sisesuaikan dengan masalah-masalah atau keluhan dari nasabah seperti yang sudah disebutkan diatas terkait kualitas layanan yang diberikan oleh pihak Kantor Pusat PT. Bank SulutGo ada baiknya perusahaan harus :

1. Bank dapat memeberikan informasi yang akurat dan jelas, perlu dilakukan peningkatan kopetensi karyawan menerapakan SOP yang konsisten, serta mneyediakan media resmi yang transparan agar nasabah merasa lebih dan loyal.
2. Memeberikan pelatihan layanan prima yang totalitas dan bermutu dalam memberikan pelayanan, memanfaatkan teknologi digital untuk mempercepat proses kerja, serta mendorong budaya kerja yang proaktif dan berorientasi pada kepuasan nasabah sehingga setiap permintaan dapat ditangani secara cepat, tepat dan professional.
3. Mengurangi tingkat kesalahan dalam memebrikan pelayanan terhadap nasabah dan tetap mempertahankan standar pelayanan sesuai dengan prosedur yang ada.

BAB V
PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan serta sebagai jawaban atas rumusan permasalahan dari tujuan penelitian, maka kesimpulan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Kualitas Layanan terhadap nasabah sudah maksimal tapi masih harus ditingkatkan, dari hasil analisis jawaban respnden Total skor untuk variabel Kualitas Layanan pada Kantor Pusat PT. Bank SulutGo sudah termasuk di kategori baik dengan nilai 64,96% namun masih terdapat kesenjangan besar 35,04% maka untuk itu masih perlu di perhatikan dan ditingkatkan.
2. Loyalitas Nasabah masih perlu diperhatikan dan ditingkatkan dengan lebih baik lagi. Hasil analisis jawaban responden Total skor untuk variabel Loyalitas Nasabah pada Kantor Pusat PT. Bank SulutGo sudah termasuk di kategori baik dengan nilai 61,12% tapi masih terdapat kesenjangan sebesar 38,88% maka untuk itu masih perlu ditingkatkan.
3. Kualitas Layanan seacara parsial berpengaruh signifikan sebesar 0,552 dengan tingkat hubungan kuat terhadap peningkatan loyalitas nasabah pada Kantor Pusat PT. Bank SulutGo. Bila Kualitas Layanan diberikan dengan baik maka loyalitas nasabah akan meningkat pada Kantor Pusat PT. Bank SulutGo.
4. Kualitas Layanan (X) dengan t hitung =4,591 lebih besar dari t tabel = 2,008 yang berarti Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah dengan dimensi yang paling dominan/tinggi dari kaulitas layanan yaitu

dimensi bukti fisik (*tangible)* dan dimensi paling rendah/kecil yaitu dimensi daya tanggap (*responsiveness)*. Maka hipotesis H_1diterima terhadap yaitu Kualitas Layanan berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Nasabah pada Kantor Pusat PT. Bank SulutGo. Hal ini berarti bahwa semakin baik kualitas layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan makan semakin baik atau semakin meningkat pula loyalitas nasabah kepada perusahaan tersebut.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan serta sebagai jawaban atas rumusan permasalahan dari tujuan penelitian, maka saran dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Perusahaan PT. Bank SulutGo dapat lebih meningkatkan kualitas layanan yang diberikan kepada nasabah, lebih khususnya memperhatikan serta meningkatkan kualitas layanan yang masih dinilai kurang baik yaitu dimensi Keandalan (reability) bahwa masih kurangnya informasi yang diberikan tidak akurat dan jelas, namun pada kenyataannya pelayanan yang diberikan karyawan belum maksimal. Masih terjadi keterlambatan dalam memberikan informasi kepada nasabah adalah salah satu faktor indikator yang menunjukkan kurangnya keandalan dan dapat berdampak negatif terhadap loyalitas nasabah. Pada dimensiDaya Tanggap (responsiveness) bahwa karyawan masih kurang cepat dalam merespon permintaan, karyawan belum maksimal ketika memberikan memberikan respon kepada nasabah.

2. Lebih menggerakkan atau mengarahkan sumber daya manusia dalam hal ini karyawan agar lebih memperhatikan pelayanan yang diberikan kepada nasabah agar menghasilkan pelayanan yang maksimal sehingga perusahaan mendapatkan loyalitas nasabah yang baik.
3. Perusahaan sebaiknya memberikan sanksi hukuman terhadap karyawan yang melakukan pelanggaran sesuai peraturan yang ada.
4. Sebaiknya pimpinan harus lebih berperan aktif lagi dalam memonitoring para karyawan dalam melayani nasabah sehingga aktivitas operasional dapat berjalan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

Akob, R. A., & Sukarno, Z. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Mobile Banking terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank BUMN di Makassar. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, *11*(2), 269-283.

Akob, R. A., & Sukarno, Z. 2022. Hubungan Kualitas Layanan Mobile Banking terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank BUMN di Makassar. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 11(2), 269–283.

Aprileny, I., Rochim, A., & Emarawati, J. A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal STEI Ekonomi*, *31*(02), 60-77.

Aprileny, I., Rochim, A., & Emarawati, J. A. 2022. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal STEI Ekonomi*, 31(2), 60–76.

Arikunto, S. (2014). Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.

Balango, F., Pomantow, W. G., & Winokan, J. R. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) TBK kantor unit Tuminting. *MANAJEMEN ADMINISTRASI BISNIS DAN PEMASARAN*, *6*(2), 74-86.

Budiarno, B., Udayana, I. B. N., & Lukitaningsih, A. (2022). Pengaruh kualitas layanan, kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, *19*(02), 226-233.

Chaerunisa, Danya Rizki, Pranata, Sudadi & Purnamasari, Dewi Laily. 2025. Pengaruh Layanan Mobile Banking Terhadap Loyalitas Nasabah. *DFAME Digital Financial Accounting Management*.

Chaudhuri, A., & Holbrook, M. B. (2001). The Chain of Effects from Brand Trust and Brand Affect to Brand Performance: The Role of Brand Loyalty. Journal of Marketing, 65(2), 81–93. https://doi.org/10.1509/jmkg.65.2.81.18255

Chaudhuri, A., & Holbrook, M. B. 2001. The chain of effects from brand trust and brand affect to brand performance: the role of brand loyalty. *Journal of Marketing*, 65(2), 81-93.

Damanik, K., Sinaga, M., Sihombing, S., Hidajat, M., & Prakoso, O. S. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan, Kebijakan Publik dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial (JMPIS)*, *5*(2).

Damanik, K., Sinaga, M., Sihombing, S., Hidajat, M., & Prakoso, O. S. (2024). Pengaruh Kualitas Layanan, Kebijakan Publik dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan. Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial (JMPIS), 5(2).

Dick, A. S., & Basu, K. (1994). Customer Loyalty: Toward an Integrated Conceptual Framework. Journal of the Academy of Marketing Science, 22(2), 99–113. https://doi.org/10.1177/0092070394222001

Dick, A. S., & Basu, K. 1994. Customer Loyalty: Toward an Integrated Conceptual Framework. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 22(2), 99-113.

Garvin, D. A. (1998). Managing Quality: The Strategic and Competitive Edge. New York: Free Press.

Griffin, J. (2005). Customer Loyalty: How to Earn It, How to Keep It. New York: Jossey-Bass.

Griffin, J. (2005). Customer Loyalty: How to Earn It, How to Keep It. San Francisco: Jossey-Bass.

Hair, J. F. Jr., Danerson, R. E., Tatham, R. L., and Black , W. C. (2010). *Multivariate* Data Analysis. 5thed. New Jarsey: Prentice Hall.

Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (2010). Multivariate Data Analysis (5th ed.). New Jersey: Prentice Hall.

Hasan, A. (2014). Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan. Yogyakarta: CAPS.

Horman, D., Winokan, J. R., & Makinggung, J. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di PT. Bank Sulut Go Cabang Tuminting Manado. *MANAJEMEN ADMINISTRASI BISNIS DAN PEMASARAN*, *5*(1 APRIL), 1-10.

Hurriyati, R. (2005). Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. Bandung: Alfabeta.

Istiyawari, L., Hanif, M. R., & Nuswantoro, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Solusi*, *19*(3), 329-339.

Istiyawari, L., Hanif, M. R., & Nuswantoro, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan. Solusi, 19(3), 329–339.

Kotler dan Ketler, (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Muaraki Baru Satu Palembang, *Jurnal Manajemen*, 8(2), 15-31. https://doi.org/10.3654/jm. v8i2.348

Kotler, P. (2003). Marketing Management. New Jersey: Prentice Hall.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Muaraki Baru Satu Palembang. Jurnal Manajemen, 8(2), 15–31. https://doi.org/10.3654/jm.v8i2.348

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). New Jersey: Pearson Education.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). New Jersey: Pearson Education.

Kotler, P., & Muhtosim. (2010). Manajemen Pemasaran Modern. Jakarta: PT Indeks.

Lovelock, C., & Wirtz, J. (2011). Services Marketing: People, Technology, Strategy (7th ed.). New Jersey: Pearson.

Mamusung, R., Tanod, W. G., Pomantow, W. G., & Djawa, D. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Niat Pembelian Kembali. Jurnal Business UHO, 7(1), 1–10.

Nugraha, F. S. E., & Astarini, D. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Dimediasi oleh Kepuasan Nasabah. Jurnal Manajemen.

Nugraha, Fiqri Satria Eka & Astarini, Dyah. 2023. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Dimediasi oleh Kepuasan Nasabah.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. Journal of Retailing, 64(1), 12–40.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. 1988. SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.

Rahayu, S., & Syafe'i, D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, *5*(2), 2192-2107.

Riduwan. (2012). Metode dan Teknik Menyusun Tesis. Bandung: Alfabeta.

Saputra, F. I. (2013). Kualitas Layanan, Citra dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Pelanggan. Jurnal Aplikasi Manajemen, 11(3), 445–457.

Saputra, Falla Ilhami. 2013. Kualitas Layanan, Citra dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 11(3), 445-457.

Setiawan, M. A. W. (2022). Hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Pelanggan pada Nasabah PT. "X" Cabang Pamolokan Sumenep. Jurnal Ilmiah Manajemen.

Setiawan, Moh Ajie Wahyu. 2022. Hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Pelanggan pada Nasabah PT. "X" Cabang Pamolokan Sumenep.

Sugiyono 2016 Jurnal *Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 2(1), 1-19.

Sugiyono. (2016). Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi, 2(1), 1–19.

Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Suliyanto. (2011). Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS. Yogyakarta: Andi.

Sviokla, J. J. & Rayport, J. F. 1994. Managing in the Marketspace. *Harvard Business Review*.

Sviokla, J. J., & Rayport, J. F. (1994). Managing in the Marketspace. Harvard Business Review, 72(6), 141–150.

Syarifuddin, M. A. F., Gani, N., & Rahman, M. A. (2021). Pengaruh Pengetahuan, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar. Islamic Banking, Economic and Financial Journal, 1(2).

Syarifuddin, M. A. F., Gani, N., & Rahman, M. A. (2021). Pengaruh Pengetahuan,

Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah Mandiri Cabang Makassar. *Islamic Banking, Economic and Financial Journal*, *1*(2).

Tjiptono dalam Mathematics, A. (2014). Kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. 1-23.

Tjiptono, F. (2011). Service, Quality, and Satisfaction. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, F. (2014). Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian. Yogyakarta: Andi.

Wiguna, M. A., & Padmantyo, S. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan. *Jurnal Lentera Bisnis*, *12*(2), 379-394.

William J. Stanton. (1981). Fundamentals of Marketing. New York: McGraw-Hill.

Woen, N. G., & Santoso, S. (2021). Pengaruh kualitas layanan, kualitas produk, promosi, dan harga normal terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, *10*(2), 146-163.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm (7th ed.). New York: McGraw-Hill Education.

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN
PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA KANTOR PUSAT KANTOR PUSAT PT. BANK SULUTGODI KOTA MANADO

A. RESPONDEN

Jenis Kelamin : ☐ L ☐ P

Pendidikan : ☐ SLTP ☐ SLTA ☐ D3 ☐ D4 ☐ S1 ☐ S2

Usia : ☐ 17-25 Tahun ☐ 36-45 Tahun ☐ 26-35 ahun ☐ 46-56 Tahun

B. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Bapak/ ibu yang terhormat,

Dalam rangka penelitian, saya mohon bantuan bapak/ibu sebagai responden pada dalam penelitian ini dengan judul pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah pada Kantor Pusat PT. Bank SulutGo di kota manado Sebelum mengisi blanko kuesioner diharapkan agar bapak/ibu memperhatikan petunjuk pengisian sebagai berikut.

1. Terdapat 2 kelompok kuesioner yaitu tentang (i) Kualitas layanan, (ii) Loyalitas nasabah.
2. Bapak/ibu dimohon untuk menjawab semua pertanyaan demi memperlancar penelitian, dan diharapkan tidak ada jawaban yang dikosongkan. Berilah tanda (x) pada kolom jawaban yag anda anggap paling tepat.
3. Hasil dari pengisian kuesioner ini semata-mata untuk kepentingan ilmiah dan tidak akan mempengaruhi kondite Bapak/Ibu.

Akhirnya saya ucapkan terimakasih atas bantuan dan kerjasamanya. Peneliti berharap bahwa penelitian ini akan berguna dalam rangka meningkatkan kualitas manajerial.

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.

INSTRUMEN PENELITIAN

PETUNJUK:

- **Kuesioner ini dibuat untuk kepentingan penelitian semata, sama sekali tidak untuk menilai Layanan. Oleh karena itu informasi yang benar sangat diperlukan untuk keberhasilan penelitian.**
- **Nasabahdiminta mengisi penilaian LayananKaryawan hanya terbatas pada mereka yang mengisi kuisioner.**
- **Jawablah pertanyaan dibawah ini dengan cara memberikan tandasilang (X) padakotak segi empat□yang tersedia sesuai kondisi yang sebenarnya anda rasakan. Seperti contoh di bawah ini :**

  A.□ Sangat tidak setuju

  B.□Tidak setuju

  C.□ Kurang setuju

  D.□ Setuju

  E.□Sangat Setuju

- **Atas perhatian dan kerjasama disampaikan terimakasih**

Pertanyaan dibawah ini merupakan variabel yang mengambarkan tentang Kualitas Layanan. Alternatif jawaban adalah: Sangat setuju (SS), Setuju (S), Kurang setuju (KS), Tidak setuju (TS), dan Sangat tidak setuju (STS)

1. KUALITAS LAYANAN (X)

1. Fasilitas sarana dan prasarana Bank SulutGo terlihat modern, bersih, dan tertata dengan baik.
   A.□ Sangat tidak setuju B.□ Tidak Setuju C.□ Kurang setuju D.□ Setuju E.□ Sangat Setuju
2. Bank SulutGo jarang melakukan kesalahan dalam melayani transaksi nasabah
   A.□ Sangat tidak setuju B.□ Tidak Setuju C.□ Kurang setuju D.□ Setuju E.□ Sangat Setuju
3. Karyawan Bank SulutGo cepat dan sigap dalam membantu serta menanggapi permintaan nasabah.

A.□ Sangat tidak setuju B.□ Tidak Setuju C.□ Kurang setuju D.□ Setuju E.□ Sangat Setuju

4. Nasabah merasa aman dan percaya terhadap kemampuan karyawan Bank SulutGo dalam memberikan layanan.

   A.□ Sangat tidak setuju B.□ Tidak Setuju C.□ Kurang setuju D.□ Setuju E.□ Sangat Setuju

5. Karyawan Bank SulutGo memberikan pelayanan yang ramah dan memperlakukan nasabah secara pribadi bukan sekedar sebagai nasabah biasa.

   A.□ Sangat tidak setuju B.□ Tidak Setuju C.□ Kurang setuju D.□ Setuju E.□ Sangat Setuju

2. LOYALITAS NASABAH (Y)

1. Saya tetap menggunakan produk/layanan Bank SulutGo secara berulang karena merasa puas dengan kualitasnya.

A.□ Sangat tidak setuju B.□ Tidak Setuju C.□ Kurang setuju D.□ Setuju E.□ Sangat Setuju

2. Saya dengan senang hati merekomendasikan Bank SulutGo kepada teman, keluarga, atau rekan kerja.

A.□ Sangat tidak setuju B.□ Tidak Setuju C.□ Kurang setuju D.□ Setuju E.□ Sangat Setuju

3. Saya tidak tertarik untuk berpindah ke Bank lain meskipun ada penawaran yang menarik

A.□ Sangat tidak setuju B.□ Tidak Setuju C.□ Kurang setuju D.□ Setuju E.□ Sangat Setuju

4. Saya tetap berkomitemen menggunakan layanan Bank SulutGo mweskipun ada kendala atau kekurangan kecil dalam pelayanan

A.□ Sangat tidak setuju B.□ Tidak Setuju C.□ Kurang setuju D.□ Setuju E.□ Sangat Setuju

5. Saya tetap setia menggunakan layanan Bank SulutGo meskipun ada promosi menarik dari bank lain

A.□ Sangat tidak setuju B.□ Tidak Setuju C.□ Kurang setuju D.□ Setuju E.□ Sangat

Setuju

Lampiran 2. Skor Kualitas Layanan (X) Dari 50 Responden

Identitas Responden	SKOR KUALITAS LAYANAN (X)					Total Skor
	x1	x2	x3	x4	x5	
1	4	2	1	3	3	13
2	5	2	2	5	5	19
3	3	2	1	2	2	10
4	3	1	2	4	4	14
5	3	1	4	4	4	16
6	3	1	1	3	5	13
7	4	1	1	3	2	11
8	5	2	1	2	4	14
9	5	3	3	5	5	21
10	5	4	5	5	5	24
11	4	2	3	4	4	17
12	5	1	1	3	3	13
13	3	1	2	3	3	12
14	5	5	4	5	5	24
15	5	2	2	5	5	19
16	3	1	1	4	4	13
17	3	2	1	4	3	13
18	5	1	2	4	4	16
19	5	1	2	4	5	17
20	5	1	1	3	2	12
21	5	2	1	4	4	16
22	4	2	1	4	5	16
23	3	4	1	4	4	16
24	5	1	2	4	3	15
25	5	3	3	4	3	18
26	2	1	1	2	1	7
27	5	2	1	5	5	18
28	3	2	2	4	5	16
29	5	2	1	4	5	17
30	5	1	2	5	5	18
31	5	4	2	5	5	21
32	5	2	1	4	3	15
33	4	2	4	4	4	18
34	5	4	4	4	4	21
35	3	3	2	4	1	13
36	3	1	2	1	2	9
37	5	3	2	5	5	20
38	5	1	1	5	4	16
39	5	4	2	5	5	21
40	4	2	3	5	5	19
41	5	4	2	5	5	21
42	5	2	1	4	3	15
43	4	2	4	4	4	18
44	5	4	4	4	4	21
45	3	3	2	4	1	13
46	3	1	2	1	2	9
47	5	3	2	5	5	20
48	5	1	1	5	4	16
49	5	4	2	5	5	21
50	5	1	2	5	4	17
TOTAL	**214**	**107**	**100**	**199**	**192**	**812**
RATA2	**4,28**	**2,14**	**2,00**	**3,98**	**3,84**	**16,24**

Lampiran 3. Skor Loyalitas Nasabah (Y) Dari 50 Responden

Idenititas Responden	SKOR LOYALITAS NASABAH (Y)					Total Skor
	y1	y2	y3	y4	y5	
1	4	2	1	3	2	12
2	3	2	2	4	2	13
3	4	2	1	4	2	13
4	4	3	1	5	2	15
5	4	3	2	5	2	16
6	4	1	1	4	3	13
7	3	1	1	2	1	8
8	4	2	1	4	3	14
9	5	4	4	5	4	22
10	5	4	4	5	4	22
11	5	2	2	4	3	16
12	3	2	1	4	1	11
13	4	2	1	5	2	14
14	5	4	4	5	4	22
15	5	4	5	5	4	23
16	4	2	1	3	1	11
17	5	1	1	5	2	14
18	5	1	1	4	3	14
19	5	1	1	4	3	14
20	2	2	1	4	1	10
21	4	2	1	5	2	14
22	5	1	2	5	2	15
23	4	3	1	5	2	15
24	3	1	3	3	1	11
25	3	1	3	3	1	11
26	5	2	1	4	2	14
27	5	2	1	4	2	14
28	5	3	3	5	2	18
29	5	2	3	5	3	18
30	3	2	2	5	1	13
31	5	2	3	5	3	18
32	5	2	2	4	3	16
33	4	1	2	3	2	12
34	4	2	1	4	2	13
35	5	1	3	5	2	16
36	5	2	3	4	2	16
37	4	3	3	5	4	19
38	3	2	2	5	1	13
39	5	3	4	5	4	21
40	5	3	2	5	3	18
41	5	2	3	5	3	18
42	5	2	2	4	3	16
43	4	1	2	3	2	12
44	4	2	1	4	2	13
45	5	1	3	5	2	16
46	5	2	3	4	2	16
47	4	3	3	5	4	19
48	3	2	2	5	1	13
49	5	3	4	5	4	21
50	5	3	2	5	3	18
TOTAL	**215**	**106**	**106**	**218**	**119**	**764**
RATA2	**4,30**	**2,12**	**2,12**	**4,36**	**2,38**	**15,28**

Lampiran 4. Total Skor X,Y

NO	ANALISA TOTAL SKOR X	HASIL	KETERANGAN				
1	SKOR TERTINGGI	5					
2	JUMLAH PERTANYAAN	5					
3	JUMLAH RESPONDEN	50					
4	TOTAL SKOR JWB TERTINGGI	**1250**	**TTL SKOR TERTINGGI = 5 X 5 X 50 = 1250**				
5	TOTAL SKOR JAWABAN	**812**					
6	TOTAL SKOR PROSENTASE	**64,96**					
7	QUARTIL (EMPAT BBGN.YG SAMA)	**312,5**					
8	GARIS QUARTIL PEMBAHASAN	4	Q0	Q1	Q2	Q3	Q4
			0	**312,5**	**625**	**937,5**	**1250**

NO	ANALISA TOTAL SKOR Y	HASIL	KETERANGAN				
1	SKOR TERTINGGI	5					
2	JUMLAH PERTANYAAN	5					
3	JUMLAH RESPONDEN	50					
4	TOTAL SKOR JWB TERTINGGI	**1250**	**TTL SKOR TERTINGGI = 5 X 5 X 50 = 1250**				
5	TOTAL SKOR JAWABAN	**746**					
6	TOTAL SKOR PROSENTASE	**61,12**					
7	QUARTIL (EMPAT BBGN.YG SAMA)	**312,5**					
8	GARIS QUARTIL PEMBAHASAN	4	Q0	Q1	Q2	Q3	Q4
			0	**312,5**	**625**	**937,5**	**1250**

Lampiran 5. Tabel Nilai t

df \ Pr	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

Lampiran 6. Tabel Statistik r (Taraf Signifikan 5%)

N	R	N	R	N	r	N	r	N	R	N	R
1	0.997	41	0.301	81	0.216	121	0.177	161	0.154	201	0.138
2	0.950	42	0.297	82	0.215	122	0.176	162	0.153	202	0.137
3	0.878	43	0.294	83	0.213	123	0.176	163	0.153	203	0.137
4	0.811	44	0.291	84	0.212	124	0.175	164	0.152	204	0.137
5	0.754	45	0.288	85	0.211	125	0.174	165	0.152	205	0.136
6	0.707	46	0.285	86	0.210	126	0.174	166	0.151	206	0.136
7	0.666	47	0.282	87	0.208	127	0.173	167	0.151	207	0.136
8	0.632	48	0.279	88	0.207	128	0.172	168	0.151	208	0.135
9	0.602	49	0.276	89	0.206	129	0.172	169	0.150	209	0.135
10	0.576	50	0.273	90	0.205	130	0.171	170	0.150	210	0.135
11	0.553	51	0.271	91	0.204	131	0.170	171	0.149	211	0.134
12	0.532	52	0.268	92	0.203	132	0.170	172	0.149	212	0.134
13	0.514	53	0.266	93	0.202	133	0.169	173	0.148	213	0.134
14	0.497	54	0.263	94	0.201	134	0.168	174	0.148	214	0.134
15	0.482	55	0.261	95	0.200	135	0.168	175	0.148	215	0.133
16	0.468	56	0.259	96	0.199	136	0.167	176	0.147	216	0.133
17	0.456	57	0.256	97	0.198	137	0.167	177	0.147	217	0.133
18	0.444	58	0.254	98	0.197	138	0.166	178	0.146	218	0.132
19	0.433	59	0.252	99	0.196	139	0.165	179	0.146	219	0.132
20	0.423	60	0.250	100	0.195	140	0.165	180	0.146	220	0.132
21	0.413	61	0.248	101	0.194	141	0.164	181	0.145	221	0.131
22	0.404	62	0.246	102	0.193	142	0.164	182	0.145	222	0.131
23	0.396	63	0.244	103	0.192	143	0.163	183	0.144	223	0.131
24	0.388	64	0.242	104	0.191	144	0.163	184	0.144	224	0.131
25	0.381	65	0.240	105	0.190	145	0.162	185	0.144	225	0.130
26	0.374	66	0.239	106	0.189	146	0.161	186	0.143	226	0.130
27	0.367	67	0.237	107	0.188	147	0.161	187	0.143	227	0.130
28	0.361	68	0.235	108	0.187	148	0.160	188	0.142	228	0.129
29	0.355	69	0.234	109	0.187	149	0.160	189	0.142	229	0.129
30	0.349	70	0.232	110	0.186	150	0.159	190	0.142	230	0.129
31	0.344	71	0.230	111	0.185	151	0.159	191	0.141	231	0.129
32	0.339	72	0.229	112	0.184	152	0.158	192	0.141	232	0.128
33	0.334	73	0.227	113	0.183	153	0.158	193	0.141	233	0.128
34	0.329	74	0.226	114	0.182	154	0.157	194	0.140	234	0.128
35	0.325	75	0.224	115	0.182	155	0.157	195	0.140	235	0.127
36	0.320	76	0.223	116	0.181	156	0.156	196	0.139	236	0.127
37	0.316	77	0.221	117	0.180	157	0.156	197	0.139	237	0.127
38	0.312	78	0.220	118	0.179	158	0.155	198	0.139	238	0.127
39	0.308	79	0.219	119	0.179	159	0.155	199	0.138	239	0.126
40	0.304	80	0.217	120	0.178	160	0.154	200	0.138	240	0.126