
**PENGARUH KEPERCAYAAN, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH TABUNGAN PADA PD BPR BANK DAERAH
KLATEN**

Jarot Santosa¹⁾ Denny Mahendra²⁾ Aris Tri Haryanto³⁾

STIE AUB Surakarta

E-mail : endsary@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this research is to know and analyze empirically influence of trust, promotion and product quality on satisfaction and loyalty of customer of saving in PD. BPR of Bank Daerah Klaten. The analytical technique used is by using instrument test which includes validity test and reliability test, linearity test, regression analysis, path analysis, t test, F test, coefficient determination test and correlation analysis. Hypothesis test results trust has a significant effect on customer satisfaction. Promotion has a significant effect on customer satisfaction of savings. Product quality has a significant effect on customer satisfaction. Trust has no significant effect on customer savings loyalty. Promotion has a significant effect on customer savings loyalty. Product quality has no significant effect on loyalty. Satisfaction has a significant effect on customer savings loyalty. The result of F test can be concluded jointly variable of trust, promotion, product quality, and satisfaction influence to customer loyalty of saving PD. BPR of Bank Daerah Klaten. The total R² result of 0.890 can be interpreted as the loyalty of customers of PD saving. BPR Bank Daerah Klaten explained by the variable of trust, promotion, product quality and satisfaction of 89% and the remaining 11% described other variables outside the research model as an example location, service quality and infrastructure facilities. The result of path analysis shows that the influence of trust through satisfaction is the most dominant influence in influencing customer loyalty of PD saving. BPR of Bank Daerah Klaten.

Keywords: *Trust, Promotion, Product Quality, Satisfaction, Loyalty*

PENDAHULUAN

Persaingan yang tinggi yang terjadi di perbankan pada 2016 akan berlanjut di 2017 khususnya dengan tren penurunan suku bunga kredit maka perbankan akan semakin agresif dalam persaingan suku bunga kredit. Kondisi tersebut juga akan terjadi dalam perebutan dana murah yang mengedepankan teknologi dan layanan yang akan menguntungkan nasabah dalam kemudahan bertransaksi. Pemanfaatan teknologi juga sebagai salah satu strategi perbankan untuk meningkatkan efisiensi dalam kegiatan operasionalnya, yang pada akhirnya akan mengoptimalkan kinerja bank sehingga dapat meningkatkan kepuasan untuk para nasabahnya. (Basar dan Ismady, 2013)

Mengantisipasi hal tersebut, seiring dengan pengembangan usahanya, PD. BPR Bank Daerah Klaten secara sistematis terus meningkatkan kuantitas sumber daya manusia dengan merekrut tenaga – tenaga yang telah siap pakai melalui sistem perekrutan, penempatan dan remunerasi karyawan yang diterapkan dan terus–menerus dikaji untuk memperoleh hasil yang optimal. Disamping itu PD. BPR Bank Daerah Klaten juga melakukan perekrutan tenaga–tenaga muda untuk mencetak kader – kader manajerial melalui pendidikan khusus dengan tujuan untuk dapat melengkapi dan memberikan pemikiran serta semangat baru. Dalam rangka meningkatkan kepuasan untuk nasabah, tentu saja peningkatan kualitas tidak hanya dilakukan dari bidang SDM saja, melainkan bidang teknologi, penerapan sistem, media komunikasi, sarana dan prasarana operasional hingga ketersediaan fasilitas merupakan hal penting yang perlu diperhatikan pula. Hal ini bertujuan semata-mata hanya menciptakan kepuasan dan loyalitas nasabah pada PD. BPR Bank Daerah Klaten.

Kepuasan nasabah ditentukan oleh kualitas produk dan layanan yang dikehendaki nasabah, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi bank. Untuk kepuasan nasabah terhadap layanan, ada dua hal pokok yang saling berkaitan erat yaitu harapan nasabah terhadap kualitas

layanan (*expected quality*) dan persepsi nasabah terhadap kualitas layanan (*perceived quality*). Nasabah selalu menilai suatu layanan yang diterima dibandingkan dengan apa yang diharapkan atau diinginkan (Parasuraman *et al.*, 2013). Kepuasan nasabah harus disertai dengan loyalitas nasabah. Kepuasan nasabah menyangkut apa yang diungkapkan oleh nasabah tentang persepsi dan harapannya terhadap layanan perbankan yang diperoleh dari bank. Sedangkan loyalitas berkaitan dengan apa yang dilakukan nasabah setelah berinteraksi dalam suatu proses layanan perbankan. Konsep ini menyiratkan bahwa kepuasan nasabah saja tidaklah cukup, karena puas atau tidak puas hanyalah salah satu bentuk emosi. Disamping itu, loyalitas nasabah juga tidak kalah relevannya untuk dianalisis sebab sikap loyal nasabah akan timbul setelah nasabah merasakan puas atau tidak puas terhadap layanan perbankan yang diterimanya.

Tjiptono (2014:386). Kepuasan nasabah merupakan fokus penilaian yang merefleksikan 5 (lima) dimensi spesifik dari layanan. Zeithaml dan Bitner (2016:123) berpendapat bahwa kepuasan nasabah lebih eksklusif yang dipengaruhi oleh kepercayaan, kualitas layanan, kualitas produk, harga, promosi, faktor situasi dan faktor manusia. Berdasarkan teori tersebut penelitian ini akan menguji pengaruh kepercayaan, promosi dan kualitas produk terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah tabungan pada PD. BPR Bank Daerah Klaten.

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah adalah kepercayaan. Kepercayaan adalah keyakinan bahwa seseorang akan menemukan apa yang diinginkan pada mitra pertukaran. Kepercayaan melibatkan kesediaan seseorang untuk bertingkah laku tertentu karena keyakinan bahwa mitranya akan memberikan apa yang ia harapkan dan suatu harapan yang umumnya dimiliki seseorang bahwa kata, janji atau pernyataan orang lain dapat dipercaya (Kusmayadi, 2017)

Dari sudut pandang pemasaran, hal ini menyatakan bahwa perkembangan kepercayaan dan khususnya keyakinan, seharusnya menjadi komponen fundamental dari strategi pemasaran yang ditujukan untuk mengarah pada penciptaan hubungan nasabah sejati. Nasabah harus mampu merasakan bahwa dia dapat mengandalkan perusahaan, bahwa perusahaan dapat dipercaya. Akan tetapi, untuk membangun kepercayaan membutuhkan waktu lama dan hanya dapat berkembang setelah pertemuan yang berulang kali dengan nasabah. Lebih penting, kepercayaan berkembang setelah seorang individu mengambil risiko dalam berhubungan dengan mitranya. Hal ini menunjukkan bahwa membangun hubungan yang dapat dipercaya akan lebih mungkin terjadi dalam sektor industri tertentu, terutama yang melibatkan pengambilan risiko oleh nasabah dalam jangka pendek atau membutuhkan obligasi jangka panjang.

Selain itu faktor promosi juga memiliki peran penting dalam mempengaruhi kepuasan dan loyalitas nasabah. Menurut Kotler dan Armstrong (2015:116) menyatakan bahwa bauran promosi merupakan paduan spesifik iklan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan personal, dan sarana pemasaran langsung yang digunakan perusahaan untuk mengkomunikasikan nilai nasabah secara *persuasive* dan membangun hubungan nasabah. Dengan adanya promosi yang luas di masyarakat akan banyak masyarakat yang mengetahui tentang jenis-jenis produk perbankan yang ditawarkan oleh PD. BPR Bank Daerah Klaten dan masyarakat memahami kemudahan-kemudahan apabila menggunakan jasa PD. BPR Bank Daerah Klaten dan nantinya akan terbentuk nasabah yang loyal.

Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas nasabah adalah kualitas produk. Payne (2013:24) memberikan definisi kualitas produk adalah suatu bentuk dengan nilai kepuasan yang kompleks. Nasabah membeli jasa perbankan untuk menyelesaikan masalah dan nasabah memberikan nilai dalam proporsi terhadap kemampuan layanan untuk melakukan hal tersebut. Nilai yang diberikan nasabah berhubungan dengan *benefit* atau keuntungan yang akan diterimanya. Kualitas produk perbankan didapatkan dengan cara menemukan keseluruhan harapan nasabah, meningkatkan nilai produk atau pelayanan dalam rangka memenuhi harapan nasabah tersebut.

Fenomena yang terjadi di PD. BPR Bank Daerah Klaten perlunya peningkatan kepercayaan nasabah hal ini disebabkan maraknya perusahaan perbankan yang memberikan kemudahan-kemudahan transaksi dan ini menjadi tantangan tersendiri oleh pihak PD. BPR Bank Daerah Klaten. Selain meningkatkan kepercayaan adanya kualitas produk yang diberikan dapat terjamin mudah dan aman, sehingga hal ini harus didukung dengan adanya promosi yang ketat agar seluruh masyarakat

memahami produk-produk PD. BPR Bank Daerah Klaten yang selama ini belum dilakukan secara maksimal.

Berangkat dari fenomena dan pemikiran-pemikiran di atas, maka Untuk itulah peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Kepercayaan, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Tabungan pada PD. BPR Bank Daerah Klaten”.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan mengambil lokasi penelitian pada PD. BPR Bank Daerah Klaten. Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian ini adalah nasabah tabungan pada PD. BPR Bank Daerah Klaten. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah tabungan di PD. BPR Bank Daerah Klaten sejumlah 660 nasabah. Sampel dalam penelitian ini adalah sebesar 15% dari populasi yaitu $660 \times 15\% = 99$ kemudian dibulatkan menjadi 100 responden dengan menggunakan teknik *random sampling* yaitu pengambilan sampel secara acak, sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini sebesar 100 nasabah tabungan PD. BPR Bank Daerah Klaten.

HASIL PENELITIAN

Tabel 1
Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan

Pertanyaan	r_{item}	r_{tabel}	Keterangan
X _{1_1}	0,710	0,194	Valid
X _{1_2}	0,766	0,194	Valid
X _{1_3}	0,697	0,194	Valid
X _{1_4}	0,823	0,194	Valid
X _{1_5}	0,715	0,194	Valid

Sumber : Data yang diolah, 2020

Tabel 2
Hasil Uji Validitas Variabel Promosi

Pertanyaan	r_{item}	r_{tabel}	Keterangan
X _{2_1}	0,547	0,194	Valid
X _{2_2}	0,770	0,194	Valid
X _{2_3}	0,627	0,194	Valid
X _{2_4}	0,738	0,194	Valid
X _{2_5}	0,537	0,194	Valid

Sumber : Data yang diolah, 2020

Tabel 3
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk

Pertanyaan	r_{item}	r_{tabel}	Keterangan
X _{3_1}	0,542	0,194	Valid
X _{3_2}	0,778	0,194	Valid
X _{3_3}	0,927	0,194	Valid
X _{3_4}	0,602	0,194	Valid
X _{3_5}	0,876	0,194	Valid

Sumber : Data yang diolah, 2020

Tabel 4
Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan

Pertanyaan	r_{item}	r_{tabel}	Keterangan
X _{4_1}	0,693	0,194	Valid

X _{4_2}	0,760	0,194	Valid
X _{4_3}	0,867	0,194	Valid
X _{4_4}	0,837	0,194	Valid
X _{4_5}	0,869	0,194	Valid

Sumber : Data yang diolah, 2020

Tabel 5
Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas

Pertanyaan	r _{item}	r _{tabel}	Keterangan
Y ₋₁	0,656	0,194	Valid
Y ₋₂	0,851	0,194	Valid
Y ₋₃	0,761	0,194	Valid
Y ₋₄	0,734	0,194	Valid
Y ₋₅	0,782	0,194	Valid

Sumber : Data yang diolah, 2020

Tabel 6
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach	Kriteria	Keterangan
Kepercayaan	0,895	Alpha Cronbach > 0,60 maka reliabel	Reliabel
Promosi	0,835		Reliabel
Kualitas produk	0,892		Reliabel
Kepuasan	0,922		Reliabel
Loyalitas	0,900		Reliabel

Sumber : Data yang diolah, 2020

Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Hasil Analisis Jalur Persamaan 1

Tabel 7
Hasil Analisis Jalur Persamaan 1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,641	2,081		,308	,759
	Kepercayaan	,750	,082	,693	9,121	,000
	Promosi	-,183	,063	-,208	-2,915	,004
	Kualitas	,384	,118	,249	3,252	,002

Sumber : Data yang diolah, 2020

$$Y_1 = 0,693 X_1 - 0,208 X_2 + 0,249 X_3$$

Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) β_1 = koefisien regresi variabel kepercayaan sebesar 0,693, hal ini menunjukkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah tabungan PD. BPR Bank Daerah Klaten.
- 2) β_2 = koefisien regresi variabel Promosi sebesar -0,208, hal ini menunjukkan bahwa variabel promosi berpengaruh negatif terhadap kepuasan nasabah tabungan PD. BPR Bank Daerah Klaten.
- 3) β_3 = koefisien regresi variabel kualitas produk sebesar 0,249, hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah tabungan PD. BPR Bank Daerah Klaten.

Hasil Analisis Jalur Persamaan 2

Tabel 8
Hasil Analisis Jalur Persamaan 2

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,181	1,695		
	Kepercayaan	,119	,092	,116	1,299
	Promosi	,107	,053	,128	2,005
	Kualitas	,179	,101	,123	1,771
	Kepuasan	,608	,083	,643	7,314

a. Dependent Variable: Loyalitas

Sumber : Data yang diolah, 2020

$$Y_2 = 0,116 X_1 + 0,128 X_2 + 0,123 X_3 + 0,643 X_4$$

Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) β_1 = koefisien regresi variabel kepercayaan sebesar 0,116, hal ini menunjukkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah tabungan PD. BPR Bank Daerah Klaten, apabila kepercayaan ditingkatkan maka loyalitas nasabah tabungan PD. BPR Bank Daerah Klaten akan meningkat.
- 2) β_2 = koefisien regresi variabel Promosi sebesar 0,128, hal ini menunjukkan bahwa variabel promosi berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah tabungan PD. BPR Bank Daerah Klaten.
- 3) β_3 = koefisien regresi variabel Kualitas produk sebesar 0,123, hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah tabungan PD. BPR Bank Daerah Klaten.
- 4) β_4 = koefisien regresi variabel kepuasan sebesar 0,643, hal ini menunjukkan bahwa variabel kepuasan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah tabungan PD. BPR Bank Daerah Klaten.

Uji t persamaan pertama

Hasil uji t persamaan pertama adalah sebagai berikut:

- 1) Hipotesis 1
Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan PD. BPR Bank Daerah Klaten, hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi yaitu $0,000 < 0,05$. (**Hipotesis 1 Terbukti**).
- 2) Hipotesis 2
Promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan PD. BPR Bank Daerah Klaten, hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi yaitu $0,004 < 0,05$. (**Hipotesis 2 Terbukti**).
- 3) Hipotesis 3
Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan PD. BPR Bank Daerah Klaten, hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi yaitu $0,002 < 0,05$. (**Hipotesis 3 Terbukti**).

Uji t persamaan kedua

- 1) Hipotesis 4
Kepercayaan berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah tabungan PD. BPR Bank Daerah Klaten, hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi yaitu $0,197 > 0,05$. (**Hipotesis 4 Tidak Terbukti**).
- 2) Hipotesis 5
Promosi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah tabungan PD. BPR Bank Daerah Klaten, hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi yaitu $0,048 < 0,05$. (**Hipotesis 5 Terbukti**).
- 3) Hipotesis 6

Kualitas produk berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah tabungan PD. BPR Bank Daerah Klaten, hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi yaitu $0,080 > 0,05$. (**Hipotesis 6 Tidak Terbukti**).

4) Hipotesis 7

Kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah tabungan PD. BPR Bank Daerah Klaten, hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi yaitu $0,000 < 0,05$. (**Hipotesis 7 Terbukti**).

Uji F

Tabel 9
Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	306,424	4	76,606	59,372	,000 ^a
	Residual	122,576	95	1,290		
	Total	429,000	99			

a. Predictors: (Constant), Kepuasan, Promosi, Kualitas, Kepercayaan

b. Dependent Variable: Loyalitas
 Sumber: Data yang diolah, 2020

Hasil uji F diketahui besarnya nilai F sebesar 59,372 dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan secara bersama-sama variabel kepercayaan, promosi, kualitas produk, dan kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah tabungan PD. BPR Bank Daerah Klaten.

Koefisien Determinasi atau Varian Total

Dilihat dari koefisien determinasi (R^2) total pengaruh diperoleh nilai koefisien determinasi sebagai berikut:

$$\epsilon_1 = \sqrt{1 - R_1^2} = \sqrt{1 - 0,610} = \sqrt{0,390} = 0,624$$

$$\epsilon_2 = \sqrt{1 - R_2^2} = \sqrt{1 - 0,714} = \sqrt{0,286} = 0,534$$

$$R^2 \text{ total} = 1 - \{(\epsilon_1)^2 \times (\epsilon_2)^2\} = 1 - \{(0,624)^2 \times (0,534)^2\} = 1 - \{(0,389) \times (0,285)\} = 1 - 0,110 = 0,890$$

Hasil tersebut dapat dijelaskan bahwa R^2 total sebesar 0,890 dapat diartikan loyalitas nasabah tabungan PD. BPR Bank Daerah Klaten dijelaskan oleh variabel kepercayaan, promosi, kualitas produk dan kepuasan sebesar 89% dan sisanya 11% dijelaskan variabel lain diluar model penelitian yaitu lokasi dan kualitas pelayanan.

Analisis Koefisien Korelasi

Tabel IV.17
Hasil Analisis Koefisien Korelasi

Correlations

		Kepercayaan	Promosi	Kualitas	Kepuasan	Loyalitas
Kepercayaan	Pearson Correlation	1	,380**	,509**	,741**	,703**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Promosi	Pearson Correlation	,380**	1	,398**	,155	,321**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,125	,001
	N	100	100	100	100	100
Kualitas	Pearson Correlation	,509**	,398**	1	,519**	,567**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Kepuasan	Pearson Correlation	,741**	,155	,519**	1	,812**
	Sig. (2-tailed)	,000	,125	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
Loyalitas	Pearson Correlation	,703**	,321**	,567**	,812**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

** . Sumber: Data yang diolah, (2020).

Dari tabel IV.18 dapat diketahui hubungan atau korelasi antar variabel dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Kepercayaan dengan kepuasan nasabah tabungan PD. BPR Bank Daerah Klaten adalah 0,741, dapat diartikan bahwa hubungan kepercayaan dengan kepuasan kuat.
- b. Promosi dengan kepuasan nasabah tabungan PD. BPR Bank Daerah Klaten adalah 0,155, dapat diartikan bahwa hubungan promosi dengan kepuasan sangat rendah.
- c. Kualitas produk dengan kepuasan Nasabah tabungan PD. BPR Bank Daerah Klaten adalah 0,519, dapat diartikan bahwa hubungan kualitas produk dengan kepuasan cukup kuat.
- d. Kepercayaan dengan loyalitas nasabah tabungan PD. BPR Bank Daerah Klaten adalah 0,703, dapat diartikan bahwa hubungan kepercayaan dengan loyalitas kuat.
- e. Promosi dengan loyalitas nasabah tabungan PD. BPR Bank Daerah Klaten adalah 0,321, dapat diartikan bahwa hubungan promosi dengan loyalitas rendah.
- f. Kualitas produk dengan loyalitas nasabah tabungan PD. BPR Bank Daerah Klaten adalah 0,567, dapat diartikan bahwa hubungan kualitas produk dengan loyalitas cukup kuat.
- g. Kepuasan dengan loyalitas nasabah tabungan PD. BPR Bank Daerah Klaten adalah 0,812, dapat diartikan bahwa hubungan kepuasan dengan loyalitas sangat kuat.

1. Pengaruh Langsung dan Pengaruh Tidak Langsung dan Total Effect

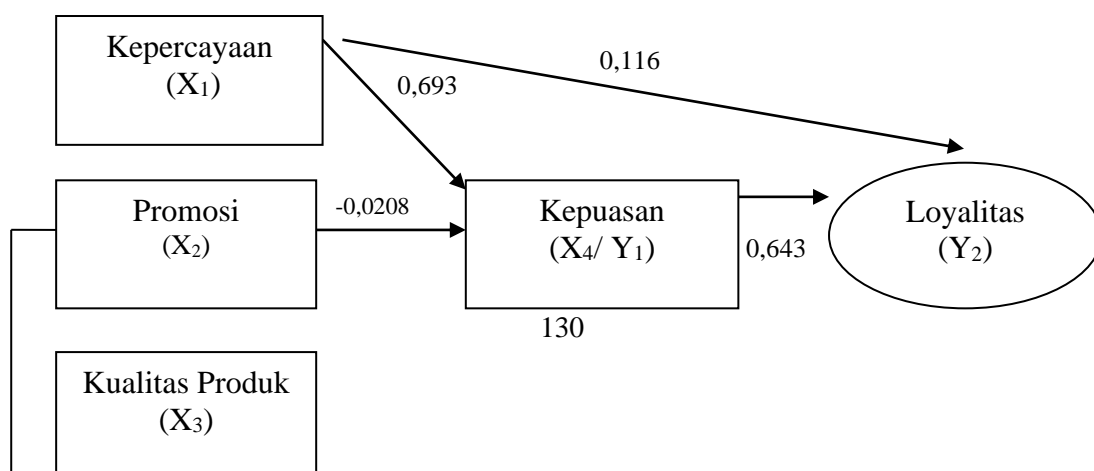
Tabel IV.18

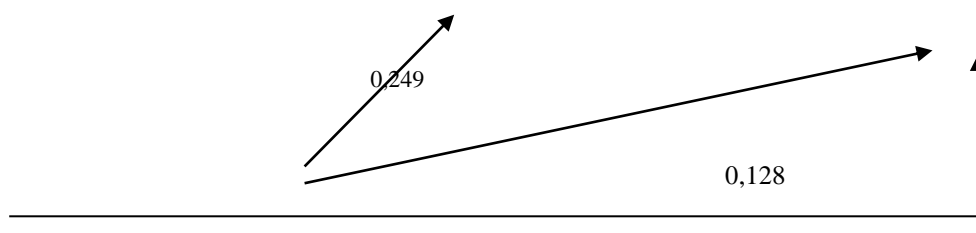
Hasil pengaruh langsung, tidak langsung dan total pengaruh

Dari Variabel	Koefisien Jalur		Total Pengaruh
	Pengaruh Langsung (Direct Effect)	Pengaruh Tidak Langsung (Indirect Effect)	
Kepercayaan → loyalitas	=P ₄ = 0,116		
Promosi → loyalitas	=P ₅ = 0,128		
Kualitas produk → loyalitas	=P ₆ = 0,123		
Kepercayaan → kepuasan → loyalitas		=P ₁ x P ₁₀ =0,693 x 0,643 = 0,445	= 0,116+0,445 = 0,561
Promosi → kepuasan → loyalitas		=P ₂ x P ₁₀ =-0,208 x 0,643 =-0,133	=0,128-0,133 =-0,005
Kualitas produk → kepuasan → loyalitas		=P ₃ x P ₁₀ =0,249 x 0,643 =0,160	= 0,123+0,160 =0,283

Sumber : Data yang diolah, 2020

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa pengaruh kepercayaan melalui kepuasan merupakan pengaruh paling dominan dalam mempengaruhi loyalitas nasabah tabungan PD. BPR Bank Daerah Klaten. Hubungan antar variabel dapat digambarkan sebagai berikut:





Gambar IV.1 Hasil Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung

Implikasi Manajerial

Pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas melalui kepuasan.

Hasil penelitian membuktikan bahwa dari analisis jalur ini menunjukkan bahwa penggunaan variabel intervening kepuasan dalam rangka peningkatan loyalitas, untuk variabel kepercayaan adalah efektif, karena pengaruh tidak langsung menghasilkan pengaruh yang lebih besar, dari pada pengaruh langsung. Hal ini berarti, untuk meningkatkan loyalitas nasabah tabungan PD. BPR Bank Daerah Klaten sebaiknya meningkatkan kepercayaan agar meningkatkan kepuasan yang nantinya akan meningkatkan loyalitas nasabah tabungan PD. BPR Bank Daerah Klaten.

Contoh hal yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kepercayaan yaitu dengan cara melihat hasil nilai uji validitas nilai tertinggi dengan teknik *one shot methods* yaitu terdapat pada item pertanyaan nomer 4, 2 dan 5, langkah konkret yang dapat dilakukan adalah:

- Meningkatkan pengetahuan yang dimiliki karyawan PD. BPR Bank Daerah Klaten agar membuat nasabah percaya untuk selalu menggunakan jasanya.
- Meningkatkan rasa aman dan nyaman ketika bertransaksi di PD. BPR Bank Daerah Klaten.
- Meningkatkan kemampuan karyawan agar dapat menumbuhkan kepercayaan saya terhadap PD. BPR Bank Daerah Klaten.

Contoh hal yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kepuasan yaitu dengan cara melihat hasil nilai uji validitas nilai tertinggi dengan teknik *one shot methods* yaitu terdapat pada item pertanyaan nomer 5, 3 dan 4, langkah konkret yang dapat dilakukan adalah:

- PD. BPR Bank Daerah Klaten memberikan pelayanan yang sangat memuaskan.
- Meningkatkan kepuasan nasabah dengan Pelayanan di PD. BPR Bank Daerah Klaten dengan biaya yang minim.
- Meningkatkan kepuasan nasabah dengan Pelayanan di PD. BPR Bank Daerah Klaten baik dengan peralatan yang lengkap dan kondisi fisik yang bagus.

Dengan adanya upaya peningkatan kepercayaan dan kepuasan tersebut, maka loyalitas nasabah tabungan PD. BPR Bank Daerah Klaten akan meningkat secara maksimal, sehingga target capaian PD. BPR Bank Daerah Klaten dapat tercapai.

Pengaruh promosi terhadap loyalitas melalui kepuasan.

Hasil penelitian membuktikan bahwa dari analisis jalur ini menunjukkan bahwa penggunaan variabel intervening kepuasan dalam rangka peningkatan loyalitas, untuk variabel promosi adalah tidak efektif, karena pengaruh tidak langsung menghasilkan pengaruh yang lebih kecil, dari pada pengaruh langsung. Hal ini mengidentifikasi bahwa dalam mempengaruhi loyalitas lebih perlu melakukan peningkatan promosi secara langsung.

Contoh hal yang dapat meningkatkan promosi misalnya dengan cara melihat hasil nilai uji validitas nilai tertinggi dengan teknik *one shot methods* yaitu terdapat pada item pertanyaan nomer 2, 4 dan 3, langkah konkret yang dapat dilakukan adalah:

- Meningkatkan iklan PD. BPR Bank Daerah Klaten yang menginformasikan adanya pemberian jaminan barang.
- Meningkatkan promosi kelengkapan fasilitas membuat saya tertarik untuk bertransaksi di PD. BPR Bank Daerah Klaten.

- c. Meningkatkan cenderamata ketika selesai bertransaksi membuat saya merasa dihargai waktu bertransaksi di PD. BPR Bank Daerah Klaten.

Dengan adanya promosi yang menarik, maka nasabah tabungan akan memahami produk-produk yang disediakan oleh PD. BPR Bank Daerah Klaten. Dengan hal tersebut, target capaian PD. BPR Bank Daerah Klaten akan tercapai.

Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas melalui kepuasan.

Hasil penelitian membuktikan bahwa dari analisis jalur ini menunjukkan bahwa penggunaan variabel intervening kepuasan dalam rangka peningkatan loyalitas, untuk variabel kualitas produk adalah efektif, karena pengaruh tidak langsung menghasilkan pengaruh yang lebih besar, dari pada pengaruh langsung. Hal ini mengidentifikasi bahwa dalam mempengaruhi loyalitas lebih perlu melakukan peningkatan kualitas produk dan melalui peningkatan kepuasan untuk meningkatkan loyalitas.

Contoh hal yang dapat meningkatkan kualitas produk misalnya dengan cara melihat hasil nilai uji validitas nilai tertinggi dengan teknik *one shot methods* yaitu terdapat pada item pertanyaan nomer 3, 5 dan 2, langkah konkret yang dapat dilakukan adalah:

- a. PD. BPR Bank Daerah Klaten memberikan pelayanan sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan.
- b. PD. BPR Bank Daerah Klaten mengutamakan pelayanan yang terbaik.
- c. PD. BPR Bank Daerah Klaten memiliki kualitas produk yang unggul.

Dengan adanya peningkatan kualitas produk yang bervariasi, maka nasabah tabungan akan mengetahui produk apa saja yang sesuai dengan kebutuhannya dan dapat menggunakan jasa PD. BPR Bank Daerah Klaten. Hal tersebut menjelaskan target PD. BPR Bank Daerah Klaten akan tercapai sesuai dengan yang diharapkan.

Kesimpulan

1. Hasil Uji Hipotesis
 - a. Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan PD. BPR Bank Daerah Klaten.
 - b. Promosi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan PD. BPR Bank Daerah Klaten.
 - c. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah tabungan PD. BPR Bank Daerah Klaten.
 - d. Kepercayaan berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah tabungan PD. BPR Bank Daerah Klaten.
 - e. Promosi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah tabungan PD. BPR Bank Daerah Klaten.
 - f. Kualitas produk berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas Nasabah tabungan PD. BPR Bank Daerah Klaten.
 - g. Kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah tabungan PD. BPR Bank Daerah Klaten.
2. Hasil analisis jalur menunjukkan bahwa pengaruh kepercayaan melalui kepuasan merupakan pengaruh paling dominan dalam mempengaruhi loyalitas nasabah tabungan PD. BPR Bank Daerah Klaten.

Saran dan Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian tersebut disarankan agar PD. BPR Bank Daerah Klaten dalam meningkatkan loyalitas pegawai dapat melakukan hal-hal sebagai berikut:

1. Kepercayaan melalui kepuasan merupakan variabel paling dominan dalam mempengaruhi loyalitas nasabah tabungan PD. BPR Bank Daerah Klaten maka dalam meningkatkan loyalitas perlu lebih meningkatkan kepercayaan yaitu dengan cara melihat hasil nilai uji validitas nilai tertinggi dengan

teknik *one shot methods* yaitu terdapat pada item pertanyaan nomer 4, 2 dan 5, langkah konkret yang dapat dilakukan adalah:

- a. Meningkatkan pengetahuan yang dimiliki karyawan PD. BPR Bank Daerah Klaten agar membuat nasabah percaya untuk selalu menggunakan jasanya.
- b. Meningkatkan rasa aman dan nyaman ketika bertransaksi di PD. BPR Bank Daerah Klaten.
- c. Meningkatkan kemampuan karyawan agar dapat menumbuhkan kepercayaan saya terhadap PD. BPR Bank Daerah Klaten.

Selanjutnya upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kepuasan yaitu dengan cara melihat hasil nilai uji validitas nilai tertinggi dengan teknik *one shot methods* yaitu terdapat pada item pertanyaan nomer 5, 3 dan 4, langkah konkret yang dapat dilakukan adalah:

- a. PD. BPR Bank Daerah Klaten memberikan pelayanan yang sangat memuaskan.
 - b. Meningkatkan kepuasan nasabah dengan pelayanan di PD. BPR Bank Daerah Klaten dengan biaya yang minim.
 - c. Meningkatkan kepuasan nasabah dengan pelayanan di PD. BPR Bank Daerah Klaten baik dengan peralatan yang lengkap dan kondisi fisik yang bagus.
2. Promosi sebaiknya ditingkatkan kembali, karena mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah, hal ini dapat dilakukan dengan cara melihat hasil nilai uji validitas nilai tertinggi dengan teknik *one shot methods* yaitu terdapat pada item pertanyaan nomer 2, 4 dan 3, langkah konkret yang dapat dilakukan adalah:
- a. Meningkatkan iklan PD. BPR Bank Daerah Klaten yang menginformasikan adanya pemberian jaminan barang.
 - b. Meningkatkan promosi kelengkapan fasilitas membuat saya tertarik untuk bertransaksi di PD. BPR Bank Daerah Klaten.
 - c. Meningkatkan cenderamata ketika selesai bertransaksi membuat saya merasa dihargai waktu bertransaksi di PD. BPR Bank Daerah Klaten.
3. Lingkup penelitian sebaiknya lebih luas lagi tidak hanya PD. BPR Bank Daerah Klaten tetapi lebih luas lagi atau dapat dilakukan dengan berbagai BPR lainnya yang ada di Kabupaten Klaten, agar hasil penelitian bisa dijadikan acuan penelitian yang lebih baik.

REFERENCE

- Asma dan Zhafiri, (2011). Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas: Studi Tentang Peran Mediasi Switching Costs. *Jurnal Siasat Bisnis Vol. 15 No. 1, Januari 2011*
- Aydin, S., G. Ozer and O. Arasil. (2015). Customer Loyalty and The Effect of Switching Costs as a Moderator Variable: A Case in Turkish Mobile Phone Market. *Marketing Interlligence and Planning. 23 (1). 89-103*
- Basar,adhy dan Ismady Ihsan.(2016). "Kondisi Perbankan 2009 Dan Prospek 2010" *Economic Review, No.218*. Diakses tanggal 10 Juni 2010 dari berita Ekonomi.
- Djarwanto dan Subagyo, Pangestu, (2011): *Statistik Induktif, Edisi: 4*, Yogyakarta: BPFE.
- Ghozali, Imam, (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*
- Gujarati, Damodar. (2013). *Ekonometrika Dasar*. Erlangga. Jakarta.
- Istijanto, (2016), *Riset Sumber Daya Manusia*, Jakarta:PT. Gramedia Pustaka Utama
- Kotler & Keller, (2013). *Marketing Management*. 11st Edition.New Jersey: Prentice Hall International Inc

-
- Kotler dan Armstrong, (2015). *Marketing Management, Analysis Planning, Implementation and Control*. 9st Edition. New Jersey: Prentice Hall International Inc.
- Kotler, Philip.(2013), *Marketing Management*, 11th ed. Upper Saddle River, New Jersey : Prentice Hall, Inc.
- Kusmayadi,Tatang, (2017),"Pengaruh relationship Quality Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan",STIE STAN Indonesia mandiri
- Maharani, (2013). Analisis Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Mega Semarang. *Jurnal Riset Bisnis Vol.2 No.5 Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang*.
- Maharsi, (2016). Pengaruh Kepercayaan dan promosi Terhadap Loyalitas Pengguna *Internet Banking* di Surabaya melalui kepuasan pengguna. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan, Vol. 8, NO. 1, MEI 2016: 35-51*
- Morgan, RM. and SD. Hunt. (2014). The commitment-trust theory of relationship marketing. *Journal of Marketing*. 58 (July). 20-38.
- Ni Made Sinta Wedarini, (2015). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Telkom Flexi. *Jurnal Manajemen Bisnis Vol.3 No.5 Fakultas Ekonomi Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia*.
- Parasuraman, A.,A.Zeithmal, V.,& L.Berry, L. (2013)" *A conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research*", *Journal of Marketing*, Vol.49 (fall).
- Parasuraman, V., A. Zeithaml and L. L. Beny. (2013). A Conceptual Model of Service Quality and its Implication for Future Research. *Journal of Marketing Research*. 49. pp. 41-50
- Payne, Adrian. (2013). *The Essence of Service Marketing*. New Jersey: Prentice Hall. Inc.
- Rachmad Hidayat, (2014). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Promosi dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan, Vol.11, NO. 1, MARET 2014: 59-72*
- Riduwan, (2013), *Skala pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*, Cetakan Ketiga, Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono, (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*, Cetakan Keenam, CV. Alfabeta, Bandung.
- Tjiptono, Fandi, (2012), *Prinsip-prinsip Total Quality Service (TQS)* , Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandi. (2012). *Prinsip-prinsip Total Quality Service (TQS)*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset
- Wijaya, Serly dan Thio,Sienny, (2016),"Implementasi Membership Card Dan Pengaruhnya Dalam Meningkatkan Loyalitas Pengunjung Restoran di Surabaya"Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Petra.