

Strategi Peningkatan Loyalitas Nasabah Bumdesma Lkd Mandiri Perdesaan Gondangrejo Karanganyar Melalui Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi

Strategy To Increase Customer Loyalty Of Bumdesma Lkd Mandiri Perdesaan Gondangrejo Karanganyar Through Product Quality, Service Quality, And Promotion

Dimas Yoga Pratama¹, Denny Mahendra², Anggoro Panji Nugroho³
Email: yoga22sh@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui secara empiris Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Loyalitas Nasabah Bumdesma LKD Mandiri Perdesaan Gondangrejo Karanganyar. Dalam penelitian ini data dikumpulkan melalui kuesioner kepada 100 Nasabah Debitur yang menjadi sampel penelitian. Teknik pengambilan sampel yang dipakai dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan salah satu metodenya yaitu metode *accidental sampling*. Teknik analisis dalam penelitian ini terdiri dari pengujian instrument yang terdiri dari Uji validitas, Uji reliabilitas, Uji asumsi klasik, Analisis regresi linier berganda, Uji t, Uji F, dan Uji R² (Koefisien Determinasi).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa uji validitas dan reliabilitas terhadap seluruh item pernyataan yang diajukan terbukti valid dan reliabel. Hasil uji asumsi klasik menunjukkan bahwa penelitian ini terdistribusi secara normal, tidak terjadi multikolinieritas, tidak terjadi heteroskedastisitas, dan autokorelasi pada model regresi. Hasil uji t menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas Debitur nasabah di Nasabah Bumdesma LKD Mandiri Perdesaan Gondangrejo Karanganyar. Sedangkan hasil uji R² (Koefisien Determinasi) diperoleh nilai *Adjusted R square* sebesar 55,2% sedangkan sisanya 44,8% dipengaruhi variabel lainnya yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini misalnya kepercayaan, keputusan pembelian, citra merek, dan lain sebagainya.

Kata kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Promosi dan Loyalitas Nasabah

Abstract

The purpose of this study was to empirically determine the effect of product quality, service quality, and promotion on customer loyalty of BUMDESMA LKD Mandiri Perdesaan Gondangrejo, Karanganyar. Data were collected through questionnaires from 100 debtor customers who served as the research sample. The sampling technique used in this study was non-probability sampling, using accidental sampling as one of the methods. The analysis technique in this study consisted of instrument testing, including validity testing, reliability testing, classical assumption testing, multiple linear regression analysis, t-test, F-test, and R² (Coefficient of Determination) testing.

The results of the study indicate that the validity and reliability tests for all statement items were proven valid and reliable. The results of the classical assumption test indicate that the research is normally distributed, with no multicollinearity, no heteroscedasticity, and no autocorrelation in the regression model. The t-test results indicate that product quality, service quality, and promotions have a positive and significant effect on customer loyalty at the Bumdesma LKD Mandiri Perdesaan Gondangrejo Karanganyar customer base. The R² (Coefficient of Determination) test yielded an Adjusted R-square value of 55.2%, with the remaining 44.8% influenced by other variables not explained in this study, such as trust, purchasing decisions, brand image, and so on.

Keywords: Product Quality, Service Quality, Promotion, and Customer Loyalty

PENDAHULUAN

Berbicara tentang pemasaran, terdapat salah satu program permodalan yang berbasis untuk men-sejahterakan masyarakat. Program tersebut adalah PNPM. Program Nasional

Pemberdayaan Masyarakat Mandiri Perdesaan (PNPM) adalah program penanggulangan kemiskinan dengan pendekatan pembangunan partisipatif (pembangunan yang dilaksanakan dari, oleh dan untuk masyarakat) atau yang disingkat dengan DOUM dengan tujuan mendorong peningkatan kualitas hidup, kesejahteraan dan kemandirian masyarakat desa. Namun setelah berakhirnya program PNPM Mandiri, untuk melindungi dana eks- PNPM Mandiri, dana tersebut yang dikelola oleh Unit Pengelola Kegiatan (UPK). Kecamatan Gondangrejo Karanganyar telah bertransformasi menjadi Badan Usaha Desa Bersama (Bumdesma) LKD Mandiri Perdesaan, Bumdesma LKD Mandiri Perdesaan adalah unit yang menjalankan kegiatan usaha berupa jasa simpan pinjam yang bertujuan memberdayakan masyarakat perdesaan secara mandiri guna penanggulangan kemiskinan masyarakat sesuai amanat Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat Mandiri Perdesaan (PNPM-MPd).

Perusahaan yang menjalankan jasa pinjaman harus memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi layanan tersebut agar dapat bertahan dan bersaing di pasar. Saat ini, banyak perusahaan jasa pinjaman baik online maupun konvensional, sehingga dari faktor ini perlu dikaji tentang apa sajakah yang mempengaruhi konsumen dalam memilih jasa tersebut. Berdasarkan hal tersebut, maka meneliti mengenai loyalitas nasabah Bumdesma LKD Mandiri Perdesaan Gondangrejo.

Menurut Tjiptono & Chandra (2016) loyalitas adalah komitmen yang dimiliki pelanggan terhadap suatu merek, produk dan perusahaan yang tercermin dari sikap dan melakukan pembelian ulang. Loyalitas pelanggan ini sangat berpengaruh akan kelangsungan perusahaan/instansi dalam peningkatan serta pencapaian visi misi perusahaan. Salah satu upaya Bumdesma LKD Mandiri Perdesaan Gondangrejo dalam meningkatkan loyalitas pelanggan adalah dengan memberikan bantuan kepada masyarakat berupa dana pinjaman untuk meningkatkan pendapatan masyarakat yaitu kegiatan pinjaman modal bergulir.

Adapun jumlah nasabah debitur tiga tahun berturut-turut dapat dilihat melalui tabel berikut:

Tabel I.1 Data Tahunan Nasabah

No.	Tahun	Jumlah Nasabah Debitur
1.	2022	805 Jiwa
2.	2023	740 Jiwa
3.	2024	679 Jiwa

Sumber: Laporan Bumdesma LKD Mandiri Perdesaan Gondangrejo Tahun 2025

Berdasarkan data dari tabel diatas selama tahun 2022 hingga tahun 2024 jumlah

nasabah debitur aktif yang menggunakan jasa pinjaman dana bergulir di Bumdesma LKD Mandiri Perdesaan Gondangrejo Karanganyar mengalami penurunan. Hal ini disebabkan karena adanya penyalahgunaan oleh ketua kelompok sehingga menimbulkan pertanyaan mengenai bagaimana kualitas produk, tingkat kepuasan nasabah terhadap layanan, serta sejauh mana promosi yang diberikan kepada nasabah mampu menjaga loyalitas nasabah.

Kualitas produk adalah kondisi fisik, fungsi dan sifat suatu produk baik barang atau jasa berdasarkan tingkat mutu yang diharapkan seperti durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, reparasi produk serta atribut produk lainnya dengan tujuan memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen atau pelanggan. Produk yang ditawarkan di Bumdesma LKD Mandiri Perdesaan Gondangrejo Karanganyar yaitu jasa pinjaman. Produk Bumdesma LKD Mandiri Perdesaan Gondangrejo ini bertujuan untuk meringankan masyarakat disaat membutuhkan biaya yang cepat. Sehingga hal ini perlu diteliti apakah kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Adapun kualitas produk di Bumdesma LKD Mandiri Perdesaan Gondangrejo, hanya diberikan kepada kelompok dan kelompok tersebut khusus kelompok perempuan, dalam perikatan pinjaman, peminjam tidak memakai agunan, dan skema pinjaman untuk waktu pengembalian satu tahun. Hal itu disebabkan karena masih adanya anggota-anggota kelompok yang meminjam menunggak angsuran, yang di didalamnya meliputi bunga/jasa pinjaman yang di kenakan kepada kelompok sebesar 1,5% per bulan atau 18% per tahun, namun kelompok memberikan bunga/jasa pinjaman ke anggota naik menjadi 2% per bulan atau 24% per tahun.

Kualitas Produk, menurut Wijaya (2011) merupakan keseluruhan gabungan karakteristik produk yang dihasilkan dari pemasaran, rekayasa, produksi dan pemeliharaan yang membuat produk tersebut dapat digunakan memenuhi harapan pelanggan atau konsumen.

Hal ini sesuai dengan penelitian dari Al-Ghifari, M. Irza dan Khusnudin (2022) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Denpasar Bali, namun berbeda dengan hasil penelitian Zuliani Fitra, (2022), yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas yang dimediasi oleh kepuasan nasabah pembiayaan Murabahah PT. Bank Aceh Syariah.

Kualitas pelayanan merupakan konsep dari kerangka strategi pemasaran dengan fokus pemikiran bahwa pelanggan memiliki harapan dan perusahaan berupaya dalam mengimbangi harapan tersebut dengan mewujudkan pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Dari

segi kualitas pelayanan dibidang jasa ini menjadi hal yang utama, karena jasa bisa dirasakan dari pelayanannya. maka dari itu pelayanan yang baik terhadap jasa sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan dari kepuasan konsumen itu loyalitas pelanggan akan terbentuk secara tidak langsung.

Seperti yang ada pada Bumdesma LKD Mandiri Perdesaan Gondangrejo, apabila terdapat masyarakat yang ingin menggunakan jasa Bumdesma LKD Mandiri Perdesaan Gondangrejo, maka para pegawai Bumdesma LKD Mandiri Perdesaan Gondangrejo akan melayani dengan sepenuh hati keperluan calon penerima pinjaman Bumdesma LKD Mandiri Perdesaan Gondangrejo dengan menjelaskan secara detail mengenai produk-produk yang dimiliki, kemudian dalam proses realisasi pinjaman Bumdesma LKD Mandiri Perdesaan Gondangrejo memberikan fasilitas realisasi di rumah nasabah (kelompok SPKP) dan menjemput angsuran, Sehingga masyarakat pengguna jasa Bumdesma LKD Mandiri Perdesaan Gondangrejo selalu diberikan pelayanan yang terbaik agar merasa puas. Dengan pelayanan yang diterapkan tersebut diharapkan konsumen agar menjadi loyal dan menjadikan Bumdesma LKD Mandiri Perdesaan Gondangrejo sebagai solusi apabila terjadi masalah dalam finansial atau keuangan.

Menurut J.M. Juran (1951) menyatakan bahwa kualitas merupakan kecocokan penggunaa produk untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan. Artinya, produk atau jasa harus berfungsi sesuai dengan tujuan yang diharapkan oleh pengguna. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Kadek Sribakti dan Ni Luh Nurkariani Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Satya Dharma Singaraja (2023) dengan hasil penelitian bahwa Kualitas Layanan Melalui Kepuasan Nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Bank BRI Singaraja. Akan tetapi berbeda dengan hasil penelitian Zuliani Fitra, (2022), bahwa menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas Nasabah Pembiayaan Murabahah PT. Bank Aceh Syariah.

Promosi merupakan suatu kegiatan komunikasi yang dilakukan guna memperkenalkan, mempengaruhi, dan menyakinkan masyarakat agar tertarik dengan produk atau jasa yang ditawarkan. Dengan adanya sistem promosi yang dilakukan dan diterapkan diharapkan dapat menarik konsumen lebih banyak dan meningkatkan partisipasi pelanggan. Promosi yang telah dilakukan oleh Bumdesma LKD Mandiri Perdesaan Gondangrejo Karanganyar adalah pemberian sembako bagi nasabah yang mengangsur sebelum tanggal 16, memberikan bantuan-bantuan alat-alat usaha bagi nasabah yang membutuhkan peralatan, mendapatkan IPTW (Insentif Pengembalian Tepat Waktu) sebesar 10% dari jasa pinjaman

yang membayar rutin, pengadaan kegiatan peningkatan kapasitas pengurus kelompok spkp, word of mounth, dan penggunaan medsos sebagai sarana promosi.

Bumdesma LKD Mandiri Perdesaan Gondangrejo Karanganyar menyadari bahwa promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk”. Kegiatan promosi bukan saja untuk berkomunikasi dengan pelanggan tetapi juga untuk mempengaruhi calon pelanggan dalam menggunakan jasa atau pembelian produk sesuai dengan kebutuhan dan keinginan. Menurut Kotler dan Keller (2016:47) promosi merupakan aktivitas yang mengkomunikasikan keunggulan produk dan membujuk pelanggan sasaran pembelinya. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian oleh Neng Nur Anissa UIN Sunan Gunung Jati (2023) menyatakan Promosi memiliki pengaruh signifikan Terhadap Loyalitas Nasabah Di PT Bank BJB Syariah Kantor Cabang Pembantu Purwakarta. Namun dibantah Hasrul Saharuddin, Nuraeni Gani dan Ilham Gani Uin Alauddin Makassar (2024), yang menyatakan promosi berpengaruh tidak signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Moderating Pada Bank Syariah Indonesia Kcp Enrekang.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “Strategi Peningkatan Loyalitas Nasabah Bumdesma LKD Mandiri Perdesaan Gondangrejo Karanganyar Melalui Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi”.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini yaitu Apakah kualitas produk, kualitas pelayanan, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bumdesma LKD Mandiri Perdesaan Gondangrejo Karanganyar?

Tujuan penelitian ini untuk menguji hipotesis tentang pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan promosi terhadap loyalitas pelanggan Bumdesma LKD Mandiri Perdesaan Gondangrejo Karanganyar.

METODE

Penelitian ini mengambil lokasi di Kecamatan Gondangrejo Kabupaten Karanganyar. Sedangkan yang menjadi obyek penelitian adalah nasabah Bumdesma LKD Mandiri Perdesaan Gondangrejo Karanganyar. Populasi dalam penelitian ini adalah Nasabah Bumdesma LKD Mandiri Perdesaan Gondangrejo Karanganyar dengan jumlah 679 responden yang sudah pernah menggunakan jasa Bumdesma Mandiri Perdesaan Gondangrejo. teknik pengambilan sampling yang digunakan adalah dengan non probability

sampling yaitu teknik yang tidak memberikan peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Menurut Hair et al (2010) yang menyatakan bahwa ukuran sampel minimal 50 atau yang terbaik adalah lebih dari 100 responden.

Metode analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji hipotesis ini. Analisis data ini dioperasikan melalui program SPSS, terdapat beberapa uji dalam analisis data ini, yaitu: Uji Instrumen (Uji validitas dan Uji reliabilitas), Uji Asumsi Klasik (Uji normalitas, Uji multikolineritas, Uji heteroskedastisitas, Uji autokorelasi), Uji t, Uji F dan Uji koefisien determinasi (R^2).

HASIL PENELITIAN

Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Tabel hasil uji variabel Loyalitas Nasabah (Y)

Item pernyataan	r_{item}	r_{tabel}	Hasil
Y_1	0,564	0,1966	Valid
Y_2	0,676	0,1966	Valid
Y_3	0,619	0,1966	Valid
Y_4	0,621	0,1966	Valid
Y_5	0,612	0,1966	Valid

Tabel hasil uji variabel Kualitas Produk (X_1)

Item pernyataan	r_{item}	r_{tabel}	Hasil
X ₁ _1	0,623	0.1966	Valid
X ₁ _2	0,573	0.1966	Valid
X ₁ _3	0,610	0.1966	Valid
X ₁ _4	0,599	0.1966	Valid
X ₁ _5	0,699	0.1966	Valid

Tabel hasil uji variabel Kualitas Pelayanan (X_2)

Item pernyataan	r_{item}	r_{tabel}	Hasil
X _{2_1}	0,605	0.1966	Valid
X _{2_2}	0,658	0.1966	Valid
X _{2_3}	0,528	0.1966	Valid
X _{2_4}	0,601	0.1966	Valid
X _{2_5}	0,625	0.1966	Valid

Tabel hasil uji variabel Promosi (X_3)

Item pernyataan	r_{item}	r_{tabel}	Hasil
X _{3_1}	0,685	0.1966	Valid
X _{3_2}	0,666	0.1966	Valid
X _{3_3}	0,661	0.1966	Valid
X _{3_4}	0,681	0.1966	Valid

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan-pernyataan pada setiap variabel independen dan variabel dependen (Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Promosi dan Loyalitas Nasabah) yaitu valid, Metode analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji hipotesis ini. Analisis data karena $r_{item} > r_{tabel}$.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach's Alpha*. Jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0.06 maka pernyataan *reliabel*. Dan sebaliknya, penelitian dikatakan tidak reliabel apabila nilai *Cronbach's* < 0.06

Tabel hasil uji reliabilitas

Variabel	Alpha Cronbach	Kriteria	Hasil
Loyalitas Nasabah (Y)	0,824	<i>Cronbach Alpha</i> $> 0,60$ maka <i>reliabel</i>	<i>Reliabel</i>
Kualitas Produk (X ₁)	0,825		<i>Reliabel</i>

Kualitas			
Pelayanan (X ₂)	0,814		Reliabel
Promosi (X ₃)	0,840		Reliabel

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan tabel diatas, keempat variabel kualitas produk (X₁), kualitas pelayanan (X₂), promosi (X₃) dan loyalitas nasabah (Y) dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel penelitian masing-masing memiliki nilai *Crobach Alpha* lebih besar dari 0,60. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang digunakan adalah reliabel.

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,83247935
Most Extreme Differences	Absolute	,131
	Positive	,131
	Negative	-,048
Kolmogorov-Smirnov Z		1,313
Asymp. Sig. (2-tailed)		,063

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data diolah, 2025

Dari uji normalitas dengan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* tabel diatas didapatkan hasil sebesar 1.313 dengan tingkat signifikansi $0.063 > 0.05$. Sehingga semua variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan promosi terhadap loyalitas nasabah mempunyai distribusi data normal.

b. Uji Multikolineritas

Tabel Hasil Uji Multikolineritas

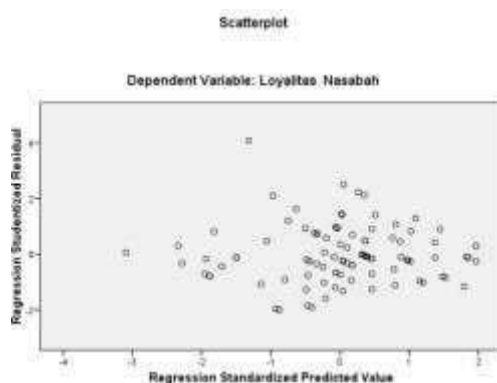
Model	<i>Collinearity Statistics</i>	
	<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
Kualitas Produk	0,391	2.559
Kualitas Pelayanan	0,385	2.559
Promosi	0.442	2.264

Sumber: Data diolah, 2025

Dari tabel di atas, hasil pengujian menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan menunjukkan nilai *tolerance* lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10. Berdasarkan tabel diatas, maka dapat dikatakan bahwa variabel tersebut terbebas dari multikolonieritas karena nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10 dan nilai *Tolerance* > 0,10.

c. Uji Heteroskedastisitas

Tabel Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data diolah, 2025

Hasil uji heteroskedastisitas pada tabel diatas menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

d. Uji Run Test

Tabel Hasil Runs Test

Runs Test

	Unstandardized Residual
Test Value ^a	-,26688
Cases < Test Value	50
Cases >= Test Value	50
Total Cases	100
Number of Runs	49
Z	-,402
Asymp. Sig. (2-tailed)	,688

a. Median

Sumber: Data diolah, 2025

Dari uji runs test dengan menggunakan *Asymp. Sig. (2-tailed)* gambar diatas didapatkan hasil signifikansi $0.688 > 0,05$. Sehingga semua variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan promosi terhadap loyalitas nasabah mempunyai distribusi data normal.

Uji Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel Hasil Uji Regresi Linier Berganda

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4,348	1,512		2,875	,005		
	Kualitas Produk	,285	,107	,287	2,662	,009	,391	2,559
	Kualitas Pelayanan	,230	,115	,218	2,007	,048	,385	2,599
	Promosi	,361	,110	,332	3,278	,001	,442	2,264

signifikan terhadap loyalitas nasabah. Kesimpulan dari pengujian ini hipotesis 1 diterima.

2) Kualitas pelayanan (X_2) mempunyai nilai signifikansi sebesar $0.048 < 0.05$, maka berarti variabel kualitas pelayanan

Sumber: Data diolah, 2025

Dari hasil regresi linier berganda diatas, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 4.348 + 0.285 X_1 + 0.230 X_2 + 0.361 X_3$$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut dapat ditarik interpretasi sebagai berikut:

- 1) $\alpha = 4.348$ artinya apabila kualitas produk, kualitas pelayanan, dan promosi konstan, maka loyalitas nasabah Bumdesma LKD Mandiri Perdesaan Gondangrejo Karanganyar berpengaruh positif.
- 2) $\beta_1 = 0.285$ artinya apabila kualitas produk berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah Bumdesma LKD Mandiri Perdesaan Gondangrejo Karanganyar. Apabila kualitas produk ditingkatkan maka loyalitas nasabah akan meningkat, dengan asumsi kualitas pelayanan, dan promosi dianggap tetap.
- 3) $\beta_2 = 0.230$ menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah Bumdesma LKD Mandiri Perdesaan Gondangrejo Karanganyar. Sehingga apabila kualitas pelayanan ditingkatkan maka loyalitas nasabah akan meningkat dengan asumsi bahwa variabel independen lainnya konstan.
- 4) $\beta_3 = 0.361$ menunjukkan promosi berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah Bumdesma LKD Mandiri Perdesaan Gondangrejo Karanganyar. Sehingga apabila promosi ditingkatkan, maka loyalitas nasabah meningkat.

b. Uji Statistik t (Uji t)

Tabel Hasil Uji t

Variabel	B	Sig	Kesimpulan
Kualitas Produk	0,285	0,009	Signifikan
Kualitas Pelayanan	0,230	0,048	Signifikan
Promosi	0,361	0,001	Signifikan

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji t pada tabel tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Kualitas Produk (X_1) mempunyai nilai signifikansi sebesar $0.009 < 0.05$, maka berarti variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Kesimpulan dari pengujian ini hipotesis 2 diterima.
- 2) Kualitas pelayanan (X_2) mempunyai nilai signifikansi sebesar $0.048 < 0.05$, maka berarti

variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Kesimpulan dari pengujian ini hipotesis 2 diterima.

- 3) Promosi (X_3) mempunyai nilai signifikansi sebesar $0.001 < 0.05$, maka berarti variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Kesimpulan dari pengujian ini hipotesis 4 diterima.

c. Uji Simultan F

Tabel Hasil Uji Simultan F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	432,310	3	144,103	41,613	,000 ^a
	Residual	332,440	96	3,463		
	Total	764,750	99			

a. Predictors: (Constant), Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber: Data diolah, 2025

Hasil uji F nilai $F = 41.613$ dan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$, sehingga dapat disimpulkan secara bersama-sama variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bumdesma LKD Mandiri Perdesaan Gondangrejo Karanganyar.

d. Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,752 ^a	,565	,552	1,861	1,963

a. Predictors: (Constant), Promosi, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber: Data diolah, 2025

Uji *Adjusted R Square* didapatkan sebesar 0.552 yang berarti loyalitas nasabah

Bumdesma LKD Mandiri Perdesaan Gondangrejo Karanganyar mampu dijelaskan oleh variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi sebesar 55,2% sedangkan sisanya 44,8% dipengaruhi variabel lainnya yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini misalnya kepercayaan, keputusan pembelian, citra merek, dll.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah

Kualitas produk terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Artinya apabila kualitas produk ditingkatkan maka akan semakin tinggi loyalitas nasabah Bumdesma LKD Mandiri Perdesaan Gondangrejo Karanganyar.

Dengan demikian hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu dari Al-Ghifari, M. Irza dan Khusnudin (2022), Kadek Sribakti dan Ni Luh Nurkariani (2023), Hasrul Saharuddin, Nuraeni Gani dan Ilham Gani (2024), Ainul Tria Lestari dan Khalid Iskandar (2021), Syahril (2021), Zanah, Husnul (2023, Adi Penawan, Sulistyarini (2024) yang memperoleh hasil bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah

Kualitas Pelayanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Artinya apabila kualitas pelayanan ditingkatkan maka akan semakin tinggi loyalitas nasabah Bumdesma LKD Mandiri Perdesaan Gondangrejo Karanganyar.

Dengan demikian hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu Al-Ghifari, M. Irza dan Khusnudin (2022), Kadek Sribakti dan Ni Luh Nurkariani (2023), Hasrul Saharuddin, Nuraeni Gani dan Ilham Gani (2024), Ainul Tria Lestari dan Khalid Iskandar (2021), Syahril (2021), Neng Nur Annisa (2023), Zanah, Husnul (2023, Ashari dan Ni Kadek Pingki Dwi (2024) yang memperoleh hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

3. Pengaruh Promosi Terhadap Loyalitas Nasabah

Promosi terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Artinya apabila promosi ditingkatkan maka akan semakin tinggi loyalitas nasabah Bumdesma LKD Mandiri Perdesaan Gondangrejo Karanganyar.

Dengan demikian hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu dari Neng Nur Annisa (2023), Zanah, Husnul (2023, Ashari dan Ni Kadek Pingki Dwi (2024), Adi Penawan,

Sulistyarini (2024) yang memperoleh hasil bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

PENUTUP

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan bukti empiris tentang pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi terhadap loyalitas nasabah Bumdesma LKD Mandiri Perdesaan Gondangrejo Karanganyar. Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka dapat diperoleh kesimpulan bahwa:

1. Hasil Uji Regresi Linier Berganda
 - a. Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah Bumdesma LKD Mandiri Perdesaan Gondangrejo Karanganyar.
 - b. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah Bumdesma LKD Mandiri Perdesaan Gondangrejo Karanganyar.
 - c. Promosi positif terhadap Loyalitas Nasabah Bumdesma LKD Mandiri Perdesaan Gondangrejo Karanganyar.
2. Hasil uji t
 - a. Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Bumdesma LKD Mandiri Perdesaan Gondangrejo Karanganyar.
 - b. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Bumdesma LKD Mandiri Perdesaan Gondangrejo Karanganyar.
 - c. Promosi berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Bumdesma LKD Mandiri Perdesaan Gondangrejo Karanganyar.
3. Uji F menunjukkan hasil uji secara simultan diketahui sebesar 41,613 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan secara bersama-sama variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi mempunyai pengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Bumdesma LKD Mandiri Perdesaan Gondangrejo Karanganyar.
4. Hasil Uji Determinasi menunjukkan hasil sebesar 0.552 yang berarti Loyalitas Nasabah Bumdesma LKD Mandiri Perdesaan Gondangrejo Karanganyar mampu dijelaskan oleh variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi sebesar 55,2% sedangkan sisanya 44,8% dipengaruhi variabel lainnya yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian diatas, penulis kegiatan sosial yang bervariasi untuk nasabah dengan memberikan BLT, atau alat-alat usaha. memberikan saran kepada Bumdesma LKD Mandiri Perdesaan Gondangrejo Karanganyar dalam meningkatkan kepuasan pelanggan yaitu sebagai berikut:

1. Dari segi promosi:
 - a. Bumdesma LKD Mandiri Perdesaan Gondangrejo meningkatkan promosi yang dilakukan agar lebih berkualitas seperti memberikan hadiah undian, hadiah langsung bagi nasabah yang lancar, hadiah-hadiah kecil seperti payung dan perlengkapan rumah tangga sehingga dapat menarik minat banyak konsumen.
 - b. Bumdesma LKD Mandiri Perdesaan Gondangrejo mempertahankan atau meningkatkan promosi-promosi yang dilakukan pada waktu-waktu yang tepat pada hari ulang Tahun Lembaga, hari-hari besar agama dan hari besar nasional.
2. Dari segi kualitas produk:
 - a. Bumdesma LKD Mandiri Perdesaan Gondangrejo lebih meningkatkan kualitas produk pinjaman yang baik dan konsisten dari segi skema kredit terkait tenor waktu pinjaman sampai dengan 36 bulan, dan besar jasa/bunga yang kompetitif dibawah bunga saat ini 1,5% per bulan.
 - b. Bumdesma LKD Mandiri Perdesaan Gondangrejo meningkatkan kemudahan dalam mengurus pinjaman mulai dari pengajuan sampai pencairan dengan menempatkan satu petugas khusus yang menangani proses tersebut.
3. Dari segi kualitas pelayanan:
 - a. Karyawan LKD Bumdesma Mandiri Perdesaan Gondangrejo meningkatkan pengetahuan dan ketrampilan lagi dengan mengikuti pelatihan-pelatihan atau menempuh Pendidikan formal lebih lanjut sehingga akan lebih handal dan cepat ketika melayani nasabah.
 - b. Bumdesma LKD Mandiri Perdesaan Gondangrejo meningkatkan jumlah kegiatan sosial yang bervariasi untuk nasabah dengan memberikan BLT, atau alat-alat usaha.

4. Loyalitas Nasabah akan meningkat, apabila saran dan rekomendasi tersebut dilakukan oleh Bumdesma LKD Mandiri Perdesaan Gondangrejo, dalam upaya meningkatkan rasa puas oleh pelanggan, maka beberapa manfaat dapat diperoleh promosi Bumdesma LKD Mandiri Perdesaan Gondangrejo, sesuai sikap yang dominan membentuk persepsi loyalitas nasabah, yang terletak pada butir angket: y_2 yaitu: Nasabah menggunakan pinjaman dari Bumdesma LKD Mandiri Perdesaan Gondangrejo karena merasa dekat dengan Lembaga.
5. Bagi peneliti yang akan datang, hendaknya dapat mengembangkan model/kerangka pikir penelitian atau menguji kembali model konseptual penelitian ini, dengan harapan agar diperoleh penguatan atas temuan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Hamdani dan Rambut Lupiyoadi. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat, Jakarta.
- Anissa. N. N. 2023. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Penanganan Komplain Terhadap Loyalitas Nasabah Di PT Bank BJB Syariah Kantor Cabang Pembantu Purwakarta*. UIN Sunan Gunung Jati (2023)
- Al-arif, M. Nur Rianto. 2012. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Al-Ghifari, M. Irza; Khusnudin, Khusnudin. 2022. *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga Dan Biaya Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Denpasar Bali*. Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance, 2022, 5.2: 421-434.
- Assael, H., 2011. *Consumer \ Behavior & Marketing Action, Fourth Edition*. New York: Kent Publishing Company.
- Danang, Sunyoto. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Buku Seru
- Djarwanto PS, dan Subagyo, Pangestu. 2005. *Statistik Induktif*. Edisi Kelima. Yogyakarta: BPFE.
- Fitra, Z. 2022. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Tingkat Margin Terhadap Loyalitas Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Nasabah Pembiayaan Murabahah PT. Bank Aceh Syariah* (Doctoral dissertation, UIN Ar-Raniry).
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Universitas Diponegoro Semarang

- Ginting, N F. Hartimbul. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Cetakan 2. Yrama Widya. Bandung.
- Gramer dan Brown. 2006. *Loyalitas Pelanggan sebagai Strategi Bersaing*. Erlangga: Jakarta
- Gujarati, Damodar. (2001). *Ekonometrika Dasar*.
Jakarta: Erlangga
- Heizer, Jay and Render Barry. 2015. *Manajemen Operasi: Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan, edisi 11*. Salemba Empat. Jakarta
- Hurriyati, Ratih. 2015. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabetha
- Husein Umar. (2002). *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia
- Karnia E. Sigar, Silvy L. Mandey, Djurwati Soepeno. 2020. *Analisis Pengaruh Relationship Marketing Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Di PT. Pegadaian Upc. Unsrat Manado*. Vol. 8 No. 4 (2020): JE VOL 8
NO 4 (2020). ejournal.unsrat.ac.id
- Kotler, P. dan Keller, K.L. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* Edisi 15. Ebook: Pearson.
- Kotler, P., dan Armstrong, G. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip (2002). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium Jilid 1. PT. Prenhallindo: Jakarta
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen*. 15th Edition. Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip., Keller, Kevin L. (2013). *Manajemen Pemasaran, Jilid Kedua*, Jakarta: Erlangga.
- Laksana Fajar, 2011. *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Lupiyoadi, Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi Kedua*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lutfi, Muslich. 2012. *Analisis Data untuk Riset Manajemen dan Bisnis*. Medan: USU Press
- Mowen, John C. 2008. *Consumer Behavior*.
Englewood Cliffts, NJ: Prentice Hall
- Munawaroh, Munjiati. 2013. *Manajemen Operasi*.
Yogyakarta. LP3M UMY
- Penawan Sulistyarini. 2024. *Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Study Kasus Pada Nasabah Debitur*

UPK PDB-DAPM Kalijambe Kabupaten Sragen) e-journal.stie-aub.ac.id.

Prawirosentono, Suyadi. 2002. *Manajemen Operasi, Analisis dan Studi Kasus*. Jakarta: Bumi Aksara.

Saleh, A Muwafik .2010. *Manajemen Pelayanan*.
Jakarta: Pustaka Pelajar.

Saharuddin, H., Gani, N., & Gani, I. (2024). *Pengaruh Promosi Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Moderating Pada Bank Syariah Indonesia KCP Enrekang*. Journal of Institution and Sharia Finance, 7(2), 64-81.

Sribakti, Kadek, and Ni Luh Nurkariani. 2023. *Pengaruh Kualitas Layanan Jasa dan Kualitas Produk Perbankan Melalui Kepuasan Nasabah Yang Berdampak Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BRI Singaraja*. Jurnal Daya Saing 9.1 (2023): 49-56.

Situmorang, Syafrizal Helmi dan Muhammad Lutfi. 2012. *Analisis Data: Untuk Riset Manajemen dan Bisnis*. Medan: USU Press

Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono, 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*; Penerbit CV Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2009). *Statistika Untuk Penelitian*(Cetakan ke-14). Bandung: Alfabeta
Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Bandung: Alfabeta. Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Tjiptono, Fandy, 2004, Edisi 3. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Yayasan Andi Tjiptono, Fandy.
2014. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: CV Andi Offset

Tjiptono, Fandy. 2012. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

Vanessa, Gaffar. 2007. *Customer Relationship Management and Marketing Public Relations*. Bandung: Alfabeta

Zanah, Husnul (2023) *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Promosi terhadap Loyalitas Mahasiswa FEBI UIN Antasari Sebagai Nasabah di Bank Syariah Indonesia*. Skripsi, Ekonomi dan Bisnis Islam.