

## **Pengaruh Customer Service Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Menabung Pada Bank Nagari Cabang Koto Baru Kabupaten Dharmasraya Tahun 2022**

Dara Rindiani Fami<sup>1)</sup>, Eka Ermawati<sup>2)</sup>, Mayroza Wiska<sup>3)</sup>

<sup>1)</sup> Universitas Dharmas Indonesia, Jalan lintas sumatera km 18,

<sup>2)</sup> Universitas Dharmas Indonesia, Jalan lintas sumatera km 18, eka.ermawati@gmail.com

<sup>3)</sup> Universitas Dharmas Indonesia, Jalan lintas sumatera km 18, mayrozawiska@gmail.com

### **Abstrak**

Dari latar belakang masalah 1. Bagaimana pengaruh *customer service* terhadap loyalitas nasabah menabung pada Bank Nagari Cabang Koto Baru kabupaten Dharmasraya tahun 2022 yang menggunakan metode penelitian kuantitatif, dengan hasil penelitian Variabel X1 berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas nasabah. Hal ini dibuktikan dengan  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel ( $8,625 > 1,97$ ) dengan tingkat signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak.<sup>2</sup> Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas nasabah menabung pada Bank Nagari Cabang Koto Baru kabupaten Dharmasraya tahun 2022, dengan hasil penelitian Variabel X2 berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas nasabah. Hal ini dibuktikan dengan  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel ( $3,445 > 1,97$ ) dengan tingkat signifikan sebesar  $0,001 < 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa  $H_2$  diterima dan  $H_0$  ditolak.<sup>3</sup> Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas nasabah menabung pada Bank Nagari Cabang Koto Baru kabupaten Dharmasraya tahun 2022, dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai  $f$  hitung sebesar 100,288 dengan nilai sig.  $0,000$ . Hasil diatas menunjukkan bahwa  $f$  hitung  $>$   $f$  tabel yaitu  $100,288 > 1,97$  dengan nilai sig.  $f$   $0,000 < 0,05$ . Maka  $H_3$  diterima, karena terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X1, X2 yang secara bersamaan mempengaruhi loyalitas nasabah Y. Maka dari data hasil pengujian mengenai pengaruh *customer service* dan kualitas produk terhadap loyalitas nasabah menabung pada Bank Nagari Cabang Koto Baru kabupaten Dharmasraya tahun 2022 dapat diambil kesimpulan bahwa antara variabel *customer service* dan kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Pastikan pelayanan kepada nasabah dilakukan dengan baik dan responsif. Evaluasi produk dan layanan yang ditawarkan oleh bank dan identifikasi peluang untuk mengembangkan atau memperluas portofolio produk. Pertimbangkan kebutuhan dan preferensi nasabah serta tren pasar saat mengembangkan produk baru.

**Kata Kunci:** *customer service, kualitas produk, loyalitas*

### **Abstract**

*From the background of the problem 1. How does customer service influence customer loyalty when saving at Bank Nagari, Koto Baru Branch, Dharmasraya district in 2022, using quantitative research methods, with research results that Variable X1 has a partial effect on customer loyalty. This is proven by  $t$  count  $>$   $t$  table ( $8.625 > 1.97$ ) with a significance level of  $0.000 < 0.05$ , so it can be concluded that  $H_1$  is accepted and  $H_0$  is rejected. 2. What is the influence of product quality on customer loyalty when saving at Bank Nagari, Koto Baru Branch, Dharmasraya district in 2022, with research results: Variable X2 has a partial effect on customer loyalty. This is proven by  $t$  count  $>$   $t$  table ( $3.445 > 1.97$ ) with a significance level of  $0.001 < 0.05$  then it can be concluded that  $H_2$  is accepted and  $H_0$  is rejected. 3. What is the influence of product quality on customer loyalty in saving at Bank Nagari, Koto Baru Branch, Dharmasraya district in 2022, with the research results showing that the calculated  $f$  value is 100.288 with a sig value.  $0,000$ . The results above show that  $f$  count  $>$   $f$*

*table, namely  $100.288 > 1.97$  with a sig value.  $f 0.000 < 0.05$ . So  $H_3$  is accepted, because there is a significant influence between variables  $X_1$ ,  $X_2$  which simultaneously influence customer loyalty  $Y$ . So, from the data from the test results regarding the influence of customer service and product quality on customer loyalty for saving at Bank Nagari, Koto Baru Branch, Dharmasraya district in 2022, it can be concluded that the variables of customer service and product quality have a positive and significant effect on customer loyalty. Ensure that service to customers is carried out well and responsively. Evaluate the products and services offered by the bank and identify opportunities to develop or expand the product portfolio. Consider customer needs and preferences as well as market trends when developing new products.*

**Keywords:** *customer service, product quality, loyalty*

## **PENDAHULUAN**

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan oleh peneliti pada Bank Nagari Cabang Koto Baru bahwasannya kurang memadai dan responsif pelayanan yang diberikan kepada nasabah dan kurang efektif layanan yang diberikan kepada nasabah, dan juga pelayanan yang kurang prima yang diperoleh oleh nasabah.

(Kottler & Armstrong, 2014) dalam (Muslimah & Murti, 2017) mendefinisikan kualitas produk adalah karakter yang dimiliki sebuah produk yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Nasabah yang 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. Pelanggan yang puas biasanya akan terus menggunakan produk dan layanan, sementara pelanggan yang tidak puas pasti akan berhenti menggunakan produk dan layanan, maka mereka akan mencoba untuk mencari pengganti terhadap produk yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Kepuasan nasabah di bank mengukur seberapa dekat harapan nasabah atas produk dengan kinerja yang dirasakan dari produk tersebut. Jika kinerja produk lebih buruk dari harapan nasabah, maka nasabah akan mengalami ketidakpuasan. Nasabah yang tidak puas akan mencoba untuk menemukan informasi atau pilihan produk lain yang memiliki nilai tambah dan sesuai dengan harapan nasabah, dan mungkin juga nasabah dapat berhenti menabung sehingga mempengaruhi orang lain untuk tidak menabung pada produk tabungan di bank tersebut Berdasarkan pengamatan peneliti mengenai kualitas produk pada Bank Nagari Cabang Koto Baru bahwasannya adanya ketidakpuasan nasabah terhadap kualitas produk yang ditawarkan bank kepada nasabah, dan kurang komunikatifnyabank kepada nasabah mengenai pengenalan produk baru.

Bank Nagari Cabang Koto Baru Kabupaten Dharmasraya selalu berupaya menjadi bank kebanggaan warga. Disamping menjalankan bisnis, Bank Nagari sudah banyak berbuat untuk masyarakat. Baik dalam sektor pendidikan, pembangunan, kebudayaan, lingkungan dan sebagainya. Bahkan saat ini, Bank Nagari sudah bertransformasi menjadi bank modern dan semakin dipercaya nasabah. Mengikuti perkembangan teknologi, Bank Nagari sudah bertransformasi menjadi bank modern, seperti core banking system Bank Nagari telah beroperasi 7x 24 jam serta didukung dengan produk dan fitur digital.

Bank Nagari telah menyediakan layanan Nagari Mobile Banking, Nagari Cash Management, Nagari Auto Debet, Nagari SMS Banking & Notifikasi, Nagari Virtual Account. Kemudian, Nagari Portal Payment, Nagari Auto Debet, Nagari Kartu Debit GPN, Nagari EDC, Nagari Money, Nagari Laku Pandai, Nagari SP2D Online, Nagari E-Retribusi, dan Nagari Samsat Online. Hal tersebut, Bertujuan dalam rangka mengikuti eranya digital, maka, melalui Smartphone nasabah bisa melakukan transaksi apa pun. Selain itu, Bank Nagari

juga telah meluncurkan produk terbaru hasil karya sendiri, yaitu Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) atau standar QR yang bisa digunakan untuk pembayaran digital. Layanan Nagari Mobile Banking, tentunya akan mempermudah nasabah untuk bertransaksi, serta mengelola dan memantau aktivitas rekening, sela Zulkifli mengakiri.

Berdasarkan data dari Bank Nagari Cabang Koto Baru Kabupaten Dharmasraya, berikut penulis sajikan data jumlah nasabah Bank Nagari Cabang Koto Baru Kabupaten Dharmasraya selama beberapa bulan terakhir.

Tabel 1. Jumlah Nasabah Bulan Januari- Desember 2022

No	Bulan	Jumlah
1	Januari	68
2	Februari	68
3	Maret	194
4	April	346
5	Mei	93
6	Juni	98
7	Juli	84
8	Agustus	101
9	September	65
10	Oktober	47
11	November	63
12	Desember	86
	Jumlah	1.313

*Sumber : Data Bank Nagari Cabang Koto Baru Kabupaten Dharmasraya*

Berdasarkan data di atas menunjukkan bahwa jumlah nasabah lama mengalami sedikit penurunan pada bulan mei sampai oktober. Berdasarkan observasi awal yang peneliti lakukan pada hari senen 31 oktober 2022 di Bank Nagari Cabang Koto Baru Kabupaten Dharmasraya, Peneliti menemukan bahwa memberikan pelayanan melebihi yang diharapkan nasabah merupakan kebijakan yang perlu dikembangkan. Dengan demikian nasabah akan menjadi nasabah yang loyal untuk bisnis yang lebih besar lagi. Apabila memberi pelayanan melebihi apa yang diminta nasabah, maka bank dimata nasabah memiliki reputasi yang baik. Memiliki pelanggan yang loyal adalah salah satu tujuan akhir dari perusahaan karena loyalitas pelanggan dapat menjamin kelanggengan hidup perusahaan dalam jangka panjang. Pada dasarnya loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai sebuah kesetiaan seseorang pada sesuatu hal. Loyalitas pelanggan merupakan jaminan bagi keuntungan kompetitif, profit, dan kelangsungan dalam jangka panjang serta penting untuk mempertahankan bahkan meningkatkan loyalitas kepada perusahaan. Dengan adanya meningkatkan loyalitas nasabah dapat menambah kelayakan nasabah terhadap perusahaan.

Sehingga nasabah Bank Nagari Cabang Koto Baru Kabupaten Dharmasraya bisa di kategorikan sebagai nasabah yang loyal. Dengan demikian pelayanan prima yang harus diberikan Bank Nagari Cabang Koto Baru Kabupaten Dharmasraya harus lebih ditingkatkan agar nasabah semakin loyal.

Bank Nagari mungkin menghadapi tantangan dalam memberikan pelayanan pelanggan yang memadai dan responsif. Nasabah mungkin mengalami kesulitan dalam mendapatkan bantuan atau respon yang cepat dari customer service bank. Ketidakpuasan Nasabah mungkin merasa tidak puas dengan kualitas produk yang ditawarkan oleh Bank

Nagari. Ini bisa termasuk fitur produk yang terbatas, ketidakcocokan dengan kebutuhan nasabah, atau masalah kinerja produk. Kurangnya Komunikasi Efektif Bank Nagari mungkin kurang efektif dalam berkomunikasi dengan nasabah mengenai layanan dan produk baru yang tersedia. Kurangnya informasi yang jelas dan tepat waktu dapat menghambat keputusan nasabah untuk tetap setia dan terus menabung di bank. Nasabah mungkin memiliki kekhawatiran tentang keamanan transaksi dan kerahasiaan informasi pribadi mereka.

Jika Bank Nagari tidak berhasil membangun kepercayaan yang kuat dengan nasabah, hal ini dapat mengurangi loyalitas mereka dan mendorong mereka untuk mencari alternatif lain. Persaingan di Industri Perbankan: Bank Nagari mungkin menghadapi persaingan yang ketat dari bank-bank lain di industri perbankan. Jika layanan dan produk mereka tidak dapat bersaing dengan baik, nasabah dapat beralih ke bank lain yang menawarkan pengalaman yang lebih baik. Apabila pelayanan yang diberikan kepada pelanggan tidak prima, pelanggan akan merasa kecewa dan pelanggan akan merasa kurang puas terhadap pelayanan yang diberikan. Hal ini bisa menimbulkan kesan yang kurang baik dimata nasabah. Selain itu juga dapat mengakibatkan nasabah beralih Bank Nagari Cabang Koto Baru Kabupaten Dharmasraya ke lembaga keuangan bank lain yang menurut nasabah dapat memberikan pelayanan yang lebih prima.

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk mengambil judul penelitian yang berjudul "Pengaruh Customer Service Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Menabung Pada Bank Nagari Nagari Cabang Koto Baru Kabupaten Dharmasraya Tahun 2022".

## **METODE PENELITIAN**

### **Objek penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada nasabah di bank nagari cabang koto baru kabupaten dharmasraya yang menabung dan bertujuan untuk mengetahui pengaruh customer service dalam meningkatkan loyalitas nasabah lokal menabung di Bank Nagari Cabang Koto Baru Kabupaten Dharmasraya

### **Desain Penelitian**

Menurut (Sugiyono, 2019) penelitian kuantitatif adalah data yang diperoleh melalui pertanyaan yang terstruktur berbentuk angka yang sifatnya dapat dihitung dan diukur jumlahnya untuk diolah. Sedangkan penelitian kualitatif merupakan metode yang datanya berbentuk kata, kalimat atau gambar

### **Sumber data.**

Pada penelitian ini, peneliti memilih menggunakan data primer dan data sekunder.

1. Data primer yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti dari sumber (Sugiyono, 2017). Adapun yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini adalah nasabah untuk menabung di Bank Nagari Cabang Koto Baru Kabupaten Dharmasraya dengan menyebarkan kuesioner. Dikarenakan pada penelitian ini peneliti hanya menggunakan data primer untuk melihat apakah terdapat pengaruh customer service dalam meningkatkan loyalitas nasabah lokal menabung di Bank Nagari Cabang Koto Baru Kabupaten Dharmasraya.
2. Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari sumber kedua seperti dokumen, pengakuan, dan hasil wawancara (Sugiyono, 2017). Adapun yang menjadi sumber data skunder dalam penelitian ini adalah buku-buku dan literatur yang berkaitan

dengan loyalitas, dan jurnal-jurnal nasional.

### Metode Pengumpulan Data

Dalam teknik pengumpulan data yang lengkap dan tepat, penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

#### 1. Observasi

Observasi diartikan sebagai pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. Dengan demikian, observasi yang dilakukan oleh penulis untuk melihat dan mengamati suatu kegiatan yang terjadi di lapangan sehingga diperoleh data yang diperlukan dalam penelitian.

Melalui observasi langsung oleh penulis maka akan memperoleh data yang sesuai dengan keinginan. Dalam penelitian ini penulis akan melaksanakan pengamatan dengan tujuan untuk memperoleh data tentang pengaruh customer service dan kualitas produk dalam meningkatkan loyalitas nasabah lokal menabung di Bank Nagari Cabang Koto Baru Kabupaten Dharmasraya.

Penulis mengamati tujuan untuk mengetahui apa saja pengaruh customer service kualitas produk dalam meningkatkan loyalitas nasabah lokal menabung di Bank Nagari Cabang Koto Baru Kabupaten Dharmasraya.

#### 2. Kuesioner

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Maka data yang dipersiapkan dalam penelitian ini adalah : Kuesioner mengenai customer service, kualitas produk dan loyalitas nasabah.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono (2019) sebelum melakukan uji Pengaruh Customer Service Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Menabung Pada Bank Nagari Nagari Cabang Koto Baru Kabupaten Dharmasraya Tahun 2022, maka terlebih dahulu dilakukan uji mengenai deskripsi variabel penelitian menggunakan analisis statistik deskriptif. Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku secara generalisasi. Adapun hasil dari uji analisis deskriptif tersebut sesuai dengan tabel dibawah ini :

Tabel 2. Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif

	Descriptive Statistics				
	N	Minimu m	Maxim um	Mean	Std. Deviation
CS	307	18	90	64,52	10,124
KUALITAS	307	64	117	87,24	7,341
PRODUK					
LOYALITAS	307	41	93	68,55	7,982
Valid N	307				

(listwise)

*Sumber: Data olahan SPSS 20(2023)*

Pengaruh Customer Service Terhadap Loyalitas Nasabah Menabung Pada Bank Nagari Nagari Cabang Koto Baru Kabupaten Dharmasraya Tahun 2022

Pengaruh customer service (X1) terhadap loyalitas nasabah (Y). Dari hasil tabel diatas terlihat t hitung 8,625 dan t tabel 1,97, t hitung lebih besar dari pada t tabel ( $8,625 > 1,97$ ) menunjukkan variabel bebas fasilitas wisata berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap variabel terikat kepuasan berkunjung. Ditunjukkan dengan hasil pengolahan data IBM SPSS 20 dan tingkat signifikan lebih kecil dari nilai alpha ( $0,000 < 0,05$ ) maka dapat diperoleh  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima maka dapat diartikan Customer Service (X1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah (Y). Sesuai dari pembahasan diatas dapat diartikan semakin bagus pelayanan dari Customer Service maka semakin tinggi tingkat Loyalitas Nasabah untuk melakukan berbagai transaksi melalui Bank Nagari Cabang Koto Baru. Sebaliknya apabila pelayanan Customer Service tidak memuaskan maka tingkat loyalitas nasabah akan berkurang dan dampak buruknya nasabah akan memutuskan kerjasama dan memilih berpindah ke bank lain.

Hasil diatas dilihat bagaimana nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Customer Service sehingga nasabah merasa nyaman untuk bertransaksi melalui Bank Nagari Cabang Koto Baru dan nasabah akan kembali lagi untuk melakukan transaksi dan tentunya dengan kepuasan yang diperoleh nasabah ini menjadi salah satu ajang promosi secara tidak langsung yang diberikan nasabah kepada Bank.

Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Yano Sudarto, Dwi Wahyu Artiningsih, M. Noor Rasyidi, 2016, Pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan nilai nasabah terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah bank "XY" cabang Kapuas. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut yakni, Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Bank "XY" Cabang Kapuas tetapi Kualitas layanan berpengaruh tidak signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Bank "XY" Cabang Kapuas.

Uji parsial digunakan untuk menggambarkan bagaimana hubungan variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Suatu variabel independen mempunyai pengaruh yang cukup besar terhadap variabel dependen jika nilai probabilitas signifikansinya adalah 0,05 atau 5%. Jika ambang batas signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau t hitung  $>$  t tabel, maka hipotesis ini diterima. Dengan nilai  $n = 307$  dan alpha 5%, maka t tabel dalam penelitian ini menghasilkan t tabel sebesar 1,97 poin.

Uji simultan digunakan untuk melihat pengaruh semua faktor independen terhadap variabel dependen secara bersamaan. Berikut ini adalah hasil dari pengujian yang telah dilakukan. Berdasarkan hasil uji simultan pada tabel 4.13, menunjukkan bahwa nilai f hitung sebesar 58,739 dengan nilai sig. 0,000. Hasil diatas menunjukkan bahwa f hitung  $>$  f tabel yaitu  $2,152 > 1,97$  dengan nilai sig.  $f 0,01 < 0,05$ . Maka  $H_{a3}$  diterima, karena terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X1, X2 yang secara bersamaan mempengaruhi loyalitas nasabah Y. Sesuai tabel 4.13 Nilai R Square ( $R^2$ ) sebesar 0,538 atau 53,8%,. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan atau korelasi antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) memiliki besaran sebesar 53,8 persen. Variabel lain yang tidak dipertimbangkan dalam penelitian ini mempengaruhi sisanya sebesar 56,2 persen. Penelitian ini didukung oleh Kunaifi, A., Kurniawan, E., & Fajar, D. (2022). Pengaruh local wisdom dan human spirit marketing terhadap loyalitas nasabah bank syariah indonesia (BSI) surabaya. Temuan dalam penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan pada variable human spirit terhadap loyalitas pelanggan, sedangkan local wisdom justru pengaruhnya tidak

signifikan. Temuan ini menunjukkan local wisdom bukan hal yang saat ini menggugah emosional pelanggan. Hal ini bisa saja disebabkan masifnya asimilasi dan akulturasi budaya, sehingga mengubah mindset pelanggan yang tidak lagi concern pada nilai-nilai local. Bahkan di banyak daerah nilai-nilai globalisasi lebih menarik karena dianggap menaikkan gengsi pelanggan. Berdasarkan hasil uji parsial menunjukkan bahwa Variabel X2 berpengaruh secara tidak parsial terhadap loyalitas nasabah. Hal ini dibuktikan dengan  $t$  hitung  $< t$  tabel ( $-0.288 < 1,97$ ) dengan tingkat signifikan sebesar  $0,774 > 0,05$  maka  $H_{a2}$  ditolak.

Hasil penelitian ini didukung oleh Yulia elawati, 2017, Peranan customer service dalam meningkatkan loyalitas nasabah pada PT BPRS SAFIR Bengkulu, Dari hasil penelitian ditemukan bahwa peran customer service pada PT BPRS Safir Bengkulu yaitu melayani nasabah dan memberikan informasi dengan menggunakan SOP (Standar Operasional Prosedur).selain itu juga didukung dari hasil penelitian.

Slamet Mujiono, 2018, Impelmentasi relationship marketing dan costumer experience dalam meningkatkan loyalitas nasabah PT. BRI SYARIAH cabang BengkuluPraktek relationship marketing dan costumer experience nasabah pada PT. BRI Syariah Bengkulu adalah dengan menjelaskan secara terperinci tentang produk sehingga nasabah tertarik untuk menggunakan produk pada BRI Syariah seperti system yang digunakan pada BRI Syariah (BRIS) adalah memberikan penjelasan sampai nasabah mengerti dan puas dengan penjelasan yang telah diberikan. Nasabah akan tertarik dengan produk PT. BRI Syariah berdasarkan pemahaman nasabah tersebut mengenai produk yang ditawarkan.

Berdasarkan Uji statistik parsial menghasilkan temuan berikut, Berdasarkan tabel 4.11 dapat disimpulkan bahwa: Variabel X1 berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas nasabah. Hal ini dibuktikan dengan  $t$  hitung  $> t$  tabel ( $2,065 > 1,97$ ) dengan tingkat signifikan sebesar  $0,04 < 0,05$  maka  $H_{a1}$  diterima dan Variabel X2 berpengaruh secara tidak parsial terhadap loyalitas nasabah. Hal ini dibuktikan dengan  $t$  hitung  $< t$  tabel ( $-0.288 > 1,97$ ) dengan tingkat signifikan sebesar  $0,774 > 0,05$  maka  $H_{a2}$  ditolak.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa variabel X1 memiliki pengaruh parsial yang signifikan terhadap loyalitas nasabah, sedangkan variabel X2 tidak memiliki pengaruh parsial yang signifikan. Namun, secara simultan, kedua variabel tersebut memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah. Peran customer service dalam meningkatkan loyalitas nasabah telah terbukti berdasarkan temuan dalam penelitian ini dan penelitian sebelumnya

## **PENUTUP**

Adapun kemungkinan untuk menarik kesimpulan berikut berdasarkan temuan penelitian :

Pengaruh Customer Service Terhadap Loyalitas Nasabah Menabung Pada Bank Nagari Cabang Koto Baru Kabupaten Dharmasraya Tahun 2022 terdapat pada Variabel X1 (Customer Service) memiliki pengaruh secara parsial yang signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini ditunjukkan oleh nilai  $t$  hitung ( $2,065$ ) yang lebih besar dari  $t$  tabel ( $1,97$ ) dan tingkat signifikansi ( $0,04$ ) yang lebih kecil dari  $\alpha$  ( $0,05$ ). Oleh karena itu,  $H_1$  diterima.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Menabung Pada Bank Nagari Cabang Koto Baru Kabupaten Dharmasraya Tahun 2022 dapat dilihat pada Variabel X2 (Kualitas Produk) tidak memiliki pengaruh secara parsial yang signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini ditunjukkan oleh nilai  $t$  hitung ( $-0,288$ ) yang lebih kecil dari  $t$  tabel ( $1,97$ )

dan tingkat signifikansi (0,774) yang lebih besar dari alpha (0,05). Oleh karena itu, H2 ditolak.

Pengaruh Costumer Service Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Menabung Pada Bank Nagari Nagari Cabang Koto Baru Kabupaten Dharmasraya Tahun 2022. Dapat dilihat dari Uji simultan menunjukkan bahwa secara bersama-sama, variabel X1 (Customer Service) dan X2 (Kualitas Produk) secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini ditunjukkan oleh nilai f hitung (58,739) yang lebih besar dari f tabel (2,152) dan tingkat signifikansi (0,000) yang lebih kecil dari alpha (0,01). Oleh karena itu, H3 diterima. Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) sebesar 0,538 atau 53,8%, yang menunjukkan bahwa 53,8% variasi dalam loyalitas nasabah dapat dijelaskan oleh variabel bebas(X) dalam penelitian ini. Sisanya sebesar 46,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dipertimbangkan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adillah, Ayu, dkk. (2022). Analisis Risiko Operasional pada Unit Teller dan Customer Service Bank Syariah Indonesia pada Masa Pandemi COVID-19(Studi pada PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. Cabang Kendari A. Silondae 2). Tesis Doktor. IAIN Kendari.
- Atin, Vivi Lutfiatin, & Luthfi Hadi Aminuddin. (2022). "Strategi Customer Service Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Kidul Wonosari dalam Meningkatkan Pelayanan Prima terhadap Prinsip Syariah." Jurnal Asy-Syarikah: Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi dan Bisnis Islam, 4(2).
- Edi, A. S., & Suherniyatin, S. (2022). "Pengaruh Kualitas Layanan, Peningkatan Intimasi Nasabah, dan Citra Merek terhadap Loyalitas Nasabah melalui Minat Menabung pada Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Wiyung Surabaya." WORLDVIEW (Jurnal Ekonomi Bisnis dan Sosial Sains), 1(1).
- Ellawati, Yulia. (2017). "Peranan Customer Service Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Pada PT BPRS Safir Bengkulu." Tesis Magister. IAIN Bengkulu.
- Fahmi, Irham. (2014). Pengantar Perbankan: Teori dan Aplikasi. Bandung: ALFABETA.
- Griffin, J. (2005). Customer Loyalty. ESENSI.
- Hasan, Ali. (2010). Marketing Bank Syariah. Bogor: Ghalia Indonesia. Hidayat, Nurul. (2017). "Pengaruh Harga, Promosi, Dan Karyawan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank BRI Britama Di Surabaya Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Mediasi." Tesis Magister. STIE Perbanas Surabaya.
- Hurriyati, Ratih. (2010). Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. Bandung: ALFABETA.
- Idiyansyah. (2017). Peran Customer Service Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Untuk Menabung (Studi Kasus Bank BNI Syariah KC Fatmawati). Tesis Doktor. Institut PTIQ Jakarta.
- Irma Irawati. (2019). Analisis Jenis-jenis Layanan Jasa dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah Tabungan pada Bank Nagari Unit Syariah Cabang Pembantu Pariaman.
- Kasmir. (2005). Etika Customer Service. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kasmir. (2005). Pemasaran Bank. Jakarta: Kencana.
- Kasmir. (2007). Kewirausahaan. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada. Kasmir. (2010). Manajemen Perbankan. Jakarta: Raja Grafindo Persada. Kasmir. (2010). Pengantar Manajemen Keuangan Edisi I. Jakarta: Kencana Media Group.
- Kasmir. (2013). Analisis Laporan Keuangan (Ed. Rev. 2008). Raja Grafindo Press.

- Khoirunnisa, T. (2017). "Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Dampaknya terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank BTN KCP Kopo Bandung." Tesis Magister. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas Bandung.
- Kotler, P. (2006). "Pemasaran Menjawab Pertanyaan Anda." Jakarta. Krisni D. N. (2014). Peranan Customer Service dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Penabung pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung. Tulungagung: IAIN Tulungagung. Kunaifi, A., Kurniawan, E., & Fajar, D. (2022). "Pengaruh Local Wisdom dan Human Spirit Marketing terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Surabaya." *Tawazun: Jurnal Ekonomi Syariah*, 2(1)
- Lutfiatin, V. (2022). Strategi Customer service Bank Syariah Indonesia KCP Gunung Kidul Wonosari dalam Meningkatkan Pelayanan Prima Terhadap Prinsip Syariah (Doctoral dissertation, IAIN Ponorogo).
- Mujiono, S. (2018). "Implementasi Relationship Marketing dan Customer Experience dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah pada PT. BRI Syariah Cabang Bengkulu." Tesis Magister. UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu.
- Pratama, M. D. I. (2021). Strategi Meningkatkan Loyalitas Nasabah Tabungan Pasif pada PT. BPRS Carana Kiat Andalas Kantor Cabang Padang Panjang.
- Pravika, L. N. (2017). Analisis Loyalitas Nasabah dalam Menabung di BRI Syariah KCP Pati (Doctoral dissertation, STAIN Kudus).