

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Tempat Penelitian

1. Sejarah Bank Mandiri

Bank Mandiri merupakan salah satu bank terbesar di Indonesia dari sisi aktiva, kredit yang diberikan dan simpanan. Kegiatan utama Bank Mandiri adalah *corporate banking*, *commerical banking* dan *consumer banking*. Kegiatan *corporate banking* dan *consumer banking* menyediakan berbagai produk dan jasa termasuk produk simpanan dan kredit, serta berbagai jasa yang memiliki nilai tambah seperti jasa pembiayaan perdagangan (*trade finance*), jasa *cash management*, jasa *treasury*, dan jasa *corresponden banking*. Kegiatan *consumer banking* menyediakan produk dan jasa termasuk kredit, simpanan, kartu kredit, kartu debit, *traveller's cheques*, *safe deposit box*, dan jasa pembayaran tagihan. Selain itu kegiatan *treasury and capital market* adalah suatu kegiatan yang mengelola jasa-jasa keuangan yang ditawarkan kepada nasabah seperti transaksi penukaran mata uang asing, *custodian*, dan jasa pasar modal lainnya.

Bank Mandiri yang merupakan penggabungan dari empat bank pemerintah sebagai bagian dari rencana restrukturisasi dan rekapitalisasi sektor perbankan di Indonesia yang sempat mengalami goncangan pada saat krisis moneter tahun 1997 yang lalu. Perstrukturisasi secara menyeluruh diperlukan untuk memperbaiki kualitas aktiva produktif dan meningkatkan

efisiensi antara lain dengan melakukan perbaikan organisasi, sistem serta sumber daya manusia dari ke empat bank yang bergabung tersebut.

Kegiatan usaha Bank Mandiri meliputi:

- a. Menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan, seperti giro, tabungan deposito berjangka dan sertifikat deposito.
- b. Menyalurkan dana simpanan masyarakat tersebut dalam bentuk pemberian kredit, seperti kredit modal kerja, kredit investasi, kredit kepemilikan rumah, kredit konsumtif, dan lainnya.
- c. Pelayanan jasa-jasa seperti setoran kliring, setoran inkaso, setoran ONH, pembayaran pajak, *save deposit box*, bank garansi, referensi bank, transaksi valas, dan lainnya.

2. Visi dan Misi Bank Mandiri

Visi :
Bank terpercaya pilihan anda

Misi :

1. Berorientasi pada pemenuhan kebutuhan pasar
2. Mengembangkan sumber daya manusia profesional
3. Memberikan keuntungan yang maksimal bagi stakeholder
4. Melaksanakan manajemen terbuka
5. Peduli terhadap kepentingan masyarakat dan lingkungan

3. Struktur Organisasi

Berikut merupakan penjelasan dari fungsi serta tugas dari masing-masing bagian dalam Bank Mandiri:

1. *Pimpinan Cabang (Branch Manager)*
 - a. Memimpin atau mengelola pelaksanaan, pengawasan dan pengembangan cabang serta bertanggung jawab atas segala kegiatan operasional cabang.
 - b. Mengambil keputusan dan menentukan kebijaksanaan operasi cabang.
2. *Customer Service Officer (CSO)*
 - a. Officer cabang melaksanakan kegiatan verifikasi dokumen-dokumen dari customer service dan teller.
 - b. Bertanggung jawab atas kegiatan yang terjadi di front office.
 - c. Bertanggung jawab atas kegiatan arus dana dan jasa-jasa
3. *Customer Service Representative (CSR)*
 - a. Pelaksana kegiatan customer service meliputi membuka serta memelihara dan menutup rekening tabungan, giro dan deposito.
 - b. Mengadministrasikan buku cek atau bilyet giro
 - c. Mempromosikan dan menjual berbagai produk bank.
 - d. Bertanggung jawab kepada CSO
4. *Head Teller*
 - a. Melakukan Approval untuk penarikan tunai diatas wewenang teller.
 - b. Mengatur saldo cabang pada saat operasi dan memastikan tersedianya uang tunai di cabang sesuai limit yang ditetapkan.
 - c. Melakukan verifikasi transaksi teller.

- d. Mengadministrasikan dan bertanggungjawab atas blanko surat berharga.
5. *Teller*
 - a. Melaksanakan proses transaksi tunai maupun non-tunai kepada nasabah
 - b. Bertanggung jawab terhadap head teller.
 6. *Clearing and Other Service (COS)*
 - a. Mengadministrasikan warkat-warkat dan melaksanakan kliring.
 - b. Menginformasikan tindakan kliring kepada nasabah.
 7. *Customer Service Administrasi*
 - a. Melaksanakan proses transaksi administrasi
 - b. Bertanggung jawab terhadap COS
 8. *General Affair Support (GAS)*
 - a. Menyediakan sarana personalia, logistik, kebersihan dan keamanan untuk mendukung kelancaran kegiatan usaha.
 9. Verivikator
 - a. Melaksanakan pengecekan kembali atas transaksi harian.
 - b. Membuat laporan kinerja cabang.

Bank terbaik di Indonesia yang memiliki keamanan dan pelayanan prima serta loyalitas kepada nasabah, bank tersebut adalah Bank Mandiri. Bank Mandiri merupakan salah satu bank terbaik di Indonesia yang didirikan pada 2 oktober 1998 sebagai bagian dari program restrukturisasi perbankan yang

dilaksanakan oleh pemerintah Indonesia. Pada bulan Juli 1999, empat bank pemerintah - yaitu Bank Bumi Daya, Bank Dagang Negara, Bank Ekspor Impor Indonesia dan Bank Pembangunan Indonesia - dilebur menjadi Bank Mandiri.

Untuk urusan keamanan dari Bank Mandiri Bank Terbaik di Indonesia, Bank Mandiri memiliki tingkat keamanan terbaik di Indonesia, baik itu layanan Internet Banking, maupun layanan langsung di tiap kantor cabang Bank Mandiri. Adapun keamanan dari layanan Internet Banking, untuk menjaga kerahasiaan identitas dan semua informasi keuangan Nasabah serta menjaga komitmen jaminan keamanan dan kerahasiaan data pribadi, keuangan dan transaksi Nasabah Pengguna. Internet Banking Mandiri menggunakan beberapa sistem yang melindungi informasi rekening dan data Nasabah :

- a. *User ID* dan *PIN (Personal Identification Number)*, merupakan kode rahasia dan kewenangan penggunaan yang diberikan kepada Nasabah, yaitu setiap kali *login* ke *Internet Banking* Mandiri Nasabah harus memasukkan *User ID* dan *PIN*, dan untuk transaksi yang bersifat finansial, Nasabah harus memasukkan kembali *PIN* untuk menghindari penyalahgunaan oleh orang lain saat komputer ditinggalkan dalam keadaan terhubung dengan *Internet Banking* Mandiri.
- b. *Automatic log out*, jika tidak ada tindakan yang dilakukan lebih dari 10 menit, *Internet Banking* secara otomatis akan mengakhiri dan kembali ke menu utama.
- c. *SSL 128-bit encryption*, seluruh data di *Internet Banking* Mandiri dikirimkan melalui *protocol Secure Socket Layer (SSL)*, yaitu suatu standar

pengiriman data rahasia melalui internet. *Protocol SSL* ini akan mengacak data yang dikirimkan menjadi kode-kode rahasia dengan menggunakan *128-bit encryption*, yang artinya terdapat 2 pangkat 128 kombinasi angka kunci, tetapi hanya satu kombinasi yang dapat membuka kode-kode tersebut.

- d. *Firewall*, untuk membatasi dan menjamin hanya Nasabah yang mempunyai akses untuk dapat masuk ke sistem Internet *Banking Mandiri*.

Keamanan layanan langsung dari Bank Mandiri Bank Terbaik di Indonesia, yaitu adanya *Camera Closed Circuit Television (CCTV)* dan petugas SATPAM khusus yang ditempatkan di tiap kantor cabang Bank Mandiri maupun di setiap ATM selama 24 jam non-stop. Hal ini dilakukan untuk memberikan rasa aman dan kenyamanan kepada Nasabah sekaligus membuktikan bahwa Bank Mandiri adalah Bank Terbaik di Indonesia. Selain itu, Bank Mandiri memiliki Layanan 24 Jam, yaitu saluran distribusi elektronik Bank Mandiri yang terdiri dari Mandiri ATM, Mandiri SMS, Mandiri internet, Mandiri *Call*, Mandiri Mobile dan Mandiri Internet Bisnis.

Sebagai Bank Terbaik di Indonesia, komitmen serta loyalitas Bank Mandiri kepada masyarakat Indonesia adalah terus berinovasi dengan menyediakan produk terbaik dan berkualitas yang bisa dinikmati serta memiliki banyak keuntungan. Adapun Produk Terbaik yang disediakan oleh Bank Mandiri Bank Terbaik di Indonesia, yaitu :

1. Mandiri Tabungan
2. Mandiri Giro

3. Mandiri Deposito
4. Mandiri Debit
5. Mandiri e-money
6. Mandiri Kartu Kredit
7. Mandiri Kredit Konsumer
8. Layanan Mandiri Prioritas
9. Produk Investasi dan Bancassurance
10. Dan lainnya

Bukti bahwa Bank Mandiri Bank Terbaik di Indonesia adalah dengan mendapatkan berbagai macam penghargaan yang diraih oleh Bank Mandiri, diantaranya :

1. *Asiamoney Best Domestic Bank Awards* (diserahkan tanggal 27 September 2012)
2. *Alpha Southeast Asia, 6th Annual Best Financial Institution Awards 2012:* (diserahkan tanggal 6 September 2012)
3. *Finance Asia Country Awards 2012* (diserahkan tanggal 24 Agustus 2012)
4. *Euromoney magazine Euromoney Award 2012* (diserahkan tanggal 12 Juli 2012)

Sesuai dengan slogan Bank Mandiri "Terdepan, Terpercaya, Tumbuh Bersama Anda", prestasi, loyalitas, produk terbaik serta keamanan dan pelayanan terbaik, maka hal inilah yang menjadikan Bank Mandiri Bank terbaik di Indonesia.

B. Karakteristik Responden

Dari hasil penyebaran kuesioner kepada sebagian mahasiswa yang berjumlah 240 responden, maka dapat diperoleh gambaran karakteristik responden berdasarkan usia responden dan jenis kelamin responden. Gambaran karakteristik responden secara rinci adalah sebagai berikut :

1. Usia Responden

Data karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut :

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Jumlah Responden (Senioritas)	Persentase (%)
1	20 tahun - 30 tahun.	27	11,25 %
2	30 tahun - 40 tahun.	92	38,33 %
3	40 tahun - 50 tahun.	78	32,5 %
4	> 50 tahun.	43	17,92 %
Jumlah		240	100

Berdasarkan tabel 4.1 di atas, dapat diketahui bahwa responden yang berusia lebih dari 20 tahun sampai 30 tahun sebanyak 27 senioritas atau 11,25%, berusia lebih dari 30 tahun sampai 40 tahun sebanyak 92 senioritas atau 38,33%, berusia lebih dari 40 tahun sampai 50 tahun sebanyak 78 senioritas atau 32,5%, berusia lebih dari 50 tahun sebanyak 43 senioritas atau 17,92%. Berdasarkan data

tersebut, maka usia responden yang paling banyak adalah lebih dari 30 tahun sampai 40 tahun. Dalam hal ini, dapat di asumsikan bahwa pada rentang usia tersebut merupakan usia instruktur diklatif bekerja.

2. Jenis Kelamin Responden

Data karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 4.2 berikut :

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah Responden (Senioritas)	Persentase (%)
1	Laki – laki	164	68,33%
2	Perempuan	76	31,67%
	Jumlah	240	100

Berdasarkan tabel 4.2 di atas, dapat diketahui bahwa responden yang memiliki jenis kelamin laki-laki sebanyak 164 responden atau 68,33%, sedangkan perempuan sebanyak 76 responden atau 31,67%. Berdasarkan data tersebut, maka responden yang paling banyak adalah responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 164 orang atau 74%.

C. Hasil Penelitian

1. Distribusi Frekuensi Variabel pelayanan prima

Variabel pelayanan prima terdapat dua puluh empat pertanyaan yang diberikan kepada responden untuk dijawab. Jawaban responden dapat dilihat pada Berdasarkan pada hasil penjabaran indikator dalam variabel pelayanan prima didapatkan bahwa rata-ratanya sebesar 3,45. Nilai rata-rata ini termasuk dalam kategori yang sangat baik, artinya karyawan bank mandiri sudah memiliki pelayanan yang baik.

Berdasarkan pada hasil penjabaran indikator dalam variabel pelayanan prima didapatkan bahwa rata-ratanya sebesar 3,45. Nilai rata-rata ini termasuk dalam kategori yang sangat baik, artinya karyawan bank mandiri sudah memiliki pelayanan yang baik. Adapun penggolongan kategori untuk variabel pelayanan prima dapat dilihat dalam Tabel 4.3 berikut

Tabel 4.3

Kategori Variabel Pelayanan prima

Kategori	Frekuensi	Persentase
Tinggi	127	52.92
Sedang	16	6.67
Rendah	97	40.42
Jumlah	240	100

Sumber : Data primer diolah

Berdasarkan Pada Tabel 4.3 didapatkan bahwa untuk pelayanan prima memiliki kategori tinggi sebanyak 127 responden atau 52,92%, yang memiliki

kategori sedang sebanyak 16 responden atau 6,67%, dan yang memiliki kategori rendah sebanyak 97 responden atau 40,42%.

2. Distribusi Frekuensi Variabel Loyalitas nasabah atau pelanggan

Dalam variabel loyalitas nasabah atau pelanggan terdapat enam belas item pertanyaan yang diberikan kepada responden untuk dijawab. Berdasarkan pada hasil penjabaran indikator dalam variabel loyalitas nasabah didapatkan bahwa rata-ratanya sebesar 3,44. Nilai rata-rata ini termasuk dalam kategori yang sangat baik, artinya nasabah sudah memiliki tingkat loyalitas yang tinggi. Adapun penggolongan kategori untuk variabel loyalitas nasabah dapat dilihat dalam Tabel 4.4 berikut

Tabel 4.4
Kategori Variabel Loyalitas Nasabah

Kategori	Frekuensi	Persentase
Tinggi	133	55.42
Sedang	11	4.58
Rendah	96	40.00
Jumlah	240	100

Sumber : Data primer diolah

Berdasarkan Pada Tabel 4.4 didapatkan bahwa untuk loyalitas nasabah memiliki kategori tinggi sebanyak 133 responden atau 55,42%, yang memiliki kategori sedang sebanyak 11 responden atau 4,58%, dan yang memiliki kategori rendah sebanyak 96 responden atau 40,0%.

D. Product Moment Correlation

Korelasi produk moment digunakan dalam menganalisa hubungan antara dua variabel. Penggunaan teknik *product moment correlation*, data yang digunakan tidak hanya satu sumber saja, tetapi bisa lebih. Pada penelitian ini terdapat dua sumber data yaitu data variabel X dan data variabel Y.

Pada penelitian ini loyalitas nasabah atau pelanggan sebagai variabel dependent yang dipengaruhi pelayanan prima sebagai variabel independent. Dalam perhitungan diperlukan penggunaan tabel pembantu *product moment Correlation*. Perhitungan korelasi *product moment* menggunakan bantuan software SPSS versi 12.00 yang hasilnya dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 4.5
Korelasi product moment
Correlations

		X	Y
X	Pearson Correlation	1	.635**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	240	240
Y	Pearson Correlation	.635**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	240	240

** . Correlation is significant at the 0.01 level

Sumber : Data primer diolah

Untuk menguji apakah dengan nilai korelasi antara variabel pelayanan prima (X) dengan loyalitas nasabah atau pelanggan (Y) sebesar 0,635, hal ini berarti bahwa untuk mengetahui ada hubungan yang signifikan atau tidak digunakan tabel r product moment, jika nilai r product moment > r tabel maka

dikatan ada hubungan yang signifikan antara pelayanan prima dengan loyalitas nasabah atau pelanggan untuk menabung

Setelah didapatkan nilai r hitung sebesar 0,635 dibandingkan dengan nilai r tabel $(0.05, 240) = 0,195$. sehingga didapat bahwa r hitung $>$ r tabel maka pelayanan prima mempunyai hubungan dengan loyalitas nasabah atau pelanggan secara signifikan, sehingga dapat dikatakan bahwa hubungan antara pelayanan prima sebagai variabel independent dengan loyalitas nasabah atau pelanggan sebagai variabel dependent mempunyai pengaruh yang nyata. Nilai korelasi sebesar 0,635 didapatkan bahwa hubungan antara pelayanan prima untuk membentuk loyalitas nasabah atau pelanggan termasuk dalam kategori yang kuat karena berada pada interval 0,6 – 0,8. Hubungan yang positif menunjukkan bahwa semakin tinggi pelayanan prima akan semakin meningkatkan loyalitas nasabah atau pelanggan

Sehingga bunyi hipotesis : jika semakin tinggi pelayanan prima maka makin tinggi pula loyalitas nasabah atau pelanggan dan sebaliknya semakin rendah pelayanan prima makin rendah pula loyalitas nasabah atau pelanggan, terbukti dalam penelitian ini.

E. Pembahasan

1. Pelayanan prima (*service excellence*) adalah suatu pelayanan yang terbaik dan memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan. Dengan kata lain, pelayanan prima merupakan suatu pelayanan yang memenuhi standar kualitas suatu pelayanan yang sesuai dengan harapan dan kepuasan

pelanggan / masyarakat . Pelayanan (Barata, 2003 ; 30) adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan oranglain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan. Berdasarkan beberapa teori dapat disimpulkan bahwa *service excellence* adalah sebuah kepedulian kepada pelanggan atau nasabah dengan memberikan pelayanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan dalam pemenuhan kebutuhan untuk mewujudkan kepuasan pelanggan, karena pelanggan yang puas tentu akan kembali lagi untuk melakukan pembelian produk atau jasa yang ditawarkan, maka inilah yang disebut dengan loyalitas pelanggan. Keberhasilan dalam mengembangkan dan melaksanakan layanan prima tidak lepas dari kemampuan dalam pemilihan konsep pendekatannya. Konsep pelayanan prima berdasarkan pada A6 (Barata, 2003; 31), yaitu mengembangkan pelayanan prima dengan menyelaraskan faktor-faktor sikap (*attitude*), perhatian (*attention*), tindakan (*action*), kemampuan (*ability*), penampilan (*appearance* dan tanggung jawab (*accountability*) yang kemudian digunakan peneliti sebagai indikator pelayanan prima.

Pelayanan yang diberikan oleh karyawan bank mandiri yang bertugas sangat ramah, senyum dan sapa serta ucapan terimakasih selalu diberikan kepada setiap nasabah saat datang dan akan pergi, penampilan yang sangat rapi dan sopan, mereka memberika pelayanan yang sangat ramah sejak pagi hingga sore, selain itu keamanan, kebersihan, dan kelengkapan fasilitas untuk nasabah juga diberikan dengan baik oleh petugas inilah yang dilakukan

untuk menjaga dan meningkatkan loyalitas nasabah, karena pelayanan yang baik akan menciptakan loyalitas yang tinggi.

2. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti di Bank Mandiri cabang Genteng-Banyuwangi ini yang melibatkan 240 nasabah sebagai responden dengan menggunakan metode *sampling insidental*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2011 ; 85). Dalam penelitian ini sumber data yang diperoleh adalah nasabah bank mandiri. Berdasarkan hasil analisis deskriptif diketahui bahwa tingkat Service Excellence yang diberikan oleh petugas kepada nasabah atau pelanggan setia Bank Mandiri cabang Genteng-Banyuwangi ini didapatkan bahwa untuk pelayanan prima memiliki kategori tinggi sebanyak 127 responden atau 52,92%, yang memiliki kategori sedang sebanyak 16 responden atau 6,67%, dan yang memiliki kategori rendah sebanyak 97 responden atau 40,42%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini mengatakan bahwa Bank Mandiri cabang Genteng-Banyuwangi telah memberikan pelayanan prima terhadap nasabahnya atau pelanggannya, sehingga dapat disimpulkan bahwa Service Excellence sangat penting dan berpengaruh bagi pelanggan atau nasabah Bank Mandiri cabang Genteng-Banyuwangi. Seperti firman Allah SWT dalam QS, Az Zumar : 18

الَّذِينَ يَسْتَمِعُونَ الْقَوْلَ فَيَتَّبِعُونَ أَحْسَنَهُ أُولَئِكَ الَّذِينَ هَدَاهُمُ اللَّهُ وَأُولَئِكَ

هُمُ أُولُوا الْأَلْبَابِ ﴿١٨﴾

Artinya:

18. “Yang mendengarkan Perkataan lalu mengikuti apa yang paling baik di antaranya [1311]. Mereka Itulah orang-orang yang telah diberi Allah petunjuk dan mereka itulah orang-orang yang mempunyai akal”. [1311 Maksudnya ialah mereka yang mendengarkan ajaran-ajaran Al Quran dan ajaran-ajaran yang lain, tetapi yang diikutinya ialah ajaran-ajaran Al Quran karena ia adalah yang paling baik” (Taufiq, Al-Qur'an indo; 2003).

Ayat diatas menjelaskan bahwa orang-orang yang telah memahami apa yang terbaik untuk dirinya maka terus jalankanlah, seperti ketika telah cocok dengan pelayanan dan kemudahan tempat ia melakukan transaksi perbankan secara langsung maka loyalitas adalah tujuan akhirnya dan dengan loyal terhadap bank yang dipercaya tersebut akan semakin banyak kemudahan yang pelanggan itu dapatkan, dan akan sangat kecil kemungkinannya didapatkan ketika orang tersebut tidak mampu loyal pada satu tempat.

3. Loyalitas pelanggan adalah sebuah komitmen pada setiap individu atau pelanggan untuk bertahan secara mendalam dan konsisten dalam melakukan pembelian barang atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan dengan melakukan pembelian kembali, atau berlangganan kembali meskipun pengaruh situasi. Tingkat loyalitas pelanggan atau nasabah Bank Mandiri cabang Genteng-Banyuwangi ini dapat diketahui dari hasil penelitian kepada 240 responden tersebut diatas. Berdasarkan hasil analisis didapat hasil bahwa untuk loyalitas nasabah memiliki kategori tinggi

sebanyak 133 responden atau 55,42%, yang memiliki kategori sedang sebanyak 11 responden atau 4,58%, dan yang memiliki kategori rendah sebanyak 96 responden atau 40,0%. Hasil analisis ini menunjukkan bahwa nasabah Bank Mandiri cabang Genteng-Banyuwangi memiliki tingkat loyalitas yang tinggi. Menurut (Tjiptono, 1997 ; 8) setiap perusahaan yang memperhatikan kepuasan pelanggan akan memperoleh beberapa manfaat pokok yaitu reputasi perusahaan yang semakin positif dimata pelanggan dan masyarakat, serta dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan memungkinkan bagi perusahaan, meningkatkan keuntungan, maka harmonisnya perusahaan hubungan perusahaan dengan pelanggannya serta mendorong setiap orang dalam perusahaan untuk bekerja dengan tujuan yang lebih baik.

4. Sebuah teori yang mendukung dilakukannya penelitian dengan judul Hubungan Pelayanan Prima (Service Excellence) dengan loyalitas nasabah Bank Mandiri Cabang Genteng ini adalah teori dari Barata yaitu pelayanan prima adalah kepedulian terhadap pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu loyal kepada perusahaan (Barata, 2003 ; 27). Kemudian pendapat ini diperkuat oleh (Griffin 1995 ; 10) bahwa perusahaan harus mengutamakan layanan yang memuaskan kepada konsumen, sehingga terbentuk loyalitas yang sesungguhnya. Menurut Kadampully dan Suhartono (2000 ; 347) menyatakan bahwa loyalitas merupakan faktor dominan dalam sukses suatu bisnis dan

menemukan bahwa image dan kepuasan pelanggan yang didasarkan atas pelayanan prima berpengaruh kuat terhadap loyalitas. Untuk menguji apakah dengan nilai korelasi antara variabel pelayanan prima (X) dengan loyalitas nasabah atau pelanggan (Y) sebesar 0,635, hal ini berarti bahwa untuk mengetahui ada hubungan yang signifikan atau tidak digunakan tabel r product moment, jika nilai r product moment $>$ r tabel maka dikatakan ada hubungan yang signifikan antara pelayanan prima dengan loyalitas nasabah atau pelanggan untuk menabung.

Setelah didapatkan nilai r hitung sebesar 0,635 dibandingkan dengan nilai r tabel $(0.05, 240) = 0,195$. sehingga didapat bahwa r hitung $>$ r tabel maka pelayanan prima mempunyai hubungan dengan loyalitas nasabah atau pelanggan secara signifikan, sehingga dapat dikatakan bahwa hubungan antara pelayanan prima sebagai variabel independent dengan loyalitas nasabah atau pelanggan sebagai variabel dependent mempunyai pengaruh yang nyata. Nilai korelasi sebesar 0,635 didapatkan bahwa hubungan antara pelayanan prima untuk membentuk loyalitas nasabah atau pelanggan termasuk dalam kategori yang kuat karena berada pada interval 0,6 – 0,8. Hubungan yang positif menunjukkan bahwa semakin tinggi pelayanan prima akan semakin meningkatkan loyalitas nasabah atau pelanggan.