

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Di era globalisasi seperti sekarang ini, persaingan bisnis semakin ketat.,tak hanya di market nasional tetapi juga internasional. Perihal ini disebabkan industri jasa membutuhkan suatu pendekatan guna menyongsong kompetisi bisnis yang semakin hari semakin kompetitif. Marak bermunculan pesaing-pesaing baru dalam sektor industri sejenis. Salah satu industri jasa yang mendapati persaingan tersebut merupakan industri perbankan. Dengan adanya persaingan yang kompetitif menuntut setiap perusahaan selalu melakukan inovasi-inovasi yang mampu menarik perhatian bagi target konsumennya. Kepuasan konsumen amatlah penting bagi keberlangsungan berjalannya suatu perusahaan, terbentuknya rasa puas terhadap pelayanan suatu perusahaan akan berdampak positif terhadap persepsi loyalitas konsumen terhadap perusahaan itu sendiri. Perihal itu suatu perusahaan dituntut berupaya memberikan kualitas pelayanan terbaik, inovasi serta tak lupa kualitas produk yang disediakan kepada konsumennya. Perihal ini berperan bagi seluruh industri, tak hanya bagi industri yang berkecimpung di industri pelayanan/ jasa.

Pelayanan/jasa menggambarkan setiap tindakan kegiatan ekonomi yang hasil akhirnya tidak berupa produk fisik tetapi memberi nilai tambah (seperti kesenangan, rasa nyaman, intermezo, maupun kebugaran) maupun pemecahan masalah yang sedang dihadapi konsumen Industri jasa berperan sangat penting

dalam pertumbuhan ekonomi nasional. Perihal ini sependapat dengan apa yang dipaparkan oleh Lovelock (dalam Kusumo, 2019:7) jika sektor pelayanan/jasa adalah bagian yang sangat luas menemui transformasi dampak mengenai kecanggihannya transformasi yang dialami bagi aspek berbeda, semacam transformasi teknologi yang spontan memajukan iklim persaingan dalam industri tersebut. Jasa bertentangan dengan barang, sebab tidak nyata, sebab itu penunjuk pertama yang dicari perusahaan adalah kepuasan konsumennya. Peran konsumen amat penting bagi berlangsungnya serta keberhasilan perkembangan perusahaan, hal ini dikarenakan dengan kepuasan konsumen berdampak pada meningkatnya loyalitas konsumen, tak hanya itu bagi perusahaan mampu menaikkan profitnya serta mampu memperoleh pangsa pasar yang makin leluasa (Japlani et al., 2020). Namun mencukupi kepuasan pelanggan saja belum lengkap sebab tengah adanya kesempatan berlangsungnya pergeseran (*switching behaviour*) ke perusahaan pesaing.

Loyalitas nasabah tercipta dari puas atau tidaknya nasabah memperoleh mutu pelayanan serta produk yang didapatkan dari perusahaan sesuai dengan ekspektasi yang diharapkan. Apabila kepuasan nasabah terpenuhi terhadap baik dari aspek layanan maupun produk suatu perusahaan, perihal tersebut pastinya akan berdampak pada pembelian ulang konsumen terhadap suatu perusahaan yang sama. Berdasarkan Tjiptono (2012) menjelaskan kepuasan konsumen adalah persepsi atas perbedaan mindset konsumen mengenai suatu jasa yang diekspektasikan awal saat melakukan pembelian (kemampuan lainnya) dan kemampuan nyata yang sudah diharapkan selepas menggunakan barang tersebut.

Apabila peristiwa tersebut timbul, mampu digambarkan bahwasanya konsumen menyanggah loyalitas pada perusahaan. Loyalitas konsumen menjadi indikator penting bagi perkembangan suatu industri baik bagi industri barang maupun jasa. Salah satu Industri jasa yang pertumbuhannya mengalami peningkatan bertambah laju ialah industri jasa yang bergerak pada sektor perbankan.

Bank menurut Undang-Undang Perbankan Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 adalah suatu badan usaha yang kegiatannya meliputi menghimpun dana dari masyarakat, baik dalam bentuk simpanan maupun dalam bentuk dana yang dapat disalurkan kepada publik. Untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat, dana masyarakat dapat digunakan dalam bentuk pinjaman atau sarana lainnya. Bank menurut pengertian di atas adalah suatu badan yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk tabungan, giro, dan deposito, yang kemudian dikembalikan kepada yang membutuhkan, baik dalam bentuk kredit maupun dalam bentuk lain.

BPR saat ini merupakan salah satu lembaga keuangan berkembang pesat sekarang ini. Tujuan lain BPR adalah mengambil simpanan dalam bentuk deposito maupun tabungan. Simpanan dalam wujud deposito berjangka, tabungan serta wujud yang lain yang mendistribusikan dana. Salah satu bank perkreditan rakyat yang memiliki pertumbuhan cukup signifikan di Kabupaten Pati salah satunya PT BPR Sungkunandhana yang lokasinya berada di Kecamatan Juwana kabupaten Pati. PT BPR Sungkunandhana mempunyai sebagian produk keuangan serta mempunyai sebagian kantor kas di bermacam wilayah terdekat, seperti Blora, Jepara dan Purwodadi.

Dengan meningkatnya persaingan yang semakin kompetitif di antara industri jasa sejenis merupakan masalah yang dihadapi oleh PT BPR Sungkunandhana, perihal tersebut perusahaan dituntut berupaya mengaplikasikan serta melakukan pendekatan serta strategi yang akurat agar mampu memelihara perihal loyalitas nasabah serta menangani kompetisi dengan perusahaan pesaing supaya mampu melindungi kelangsungan kegiatan perusahaan. Hal utama yang dituju perusahaan adalah mengenai loyalitas para pelanggannya. Loyalitas menjadi salah satu faktor penting dalam berjalannya kemajuan bisnis, terutama loyalitas para calon nasabahnya. Sukses atau tidaknya suatu usaha tersebut bergantung terhadap tingkat loyalitas para anggotanya.

PT BPR Sungkunandhana Kantor Pusat Juwana merupakan salah satu lembaga keuangan yang didirikan pada tanggal 27 juli 1990 oleh perorangan atau modalnya berasal dari saham keluarga guna membantu penyediaan modal bagi pengusaha golongan kecil serta menengah. Keberadaan lembaga keuangan perbankan ini merupakan salah satu alat otonomi daerah di bidang keuangan yang kegiatannya beroperasi sebagai BPR (bank perkreditan rakyat) yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku saat ini. BPR Sungkunandhana lebih mengutamakan perihal peningkatan potensi masyarakat di Kabupaten Pati, baik dalam penghimpunan dana dari masyarakat yang bersumber dari masyarakat dalam bentuk simpan pinjam maupun dengan repatriasi dana melalui pinjaman untuk meningkatkan pertumbuhan perekonomian masyarakat Kabupaten Pati.

BPR Sungkunandhana bertekad tinggi untuk memberdayakan khususnya pelaku ekonomi menengah kebawah, menawarkan berbagai macam fasilitas dan

produk perbankan yang dibutuhkan masyarakat khususnya menengah kebawah. Sampai saat ini BPR Sungkunandhana Juwana aktif dalam pelayanan baik dari pedagang pasar tradisional, karyawan, perorangan serta kelompok Ukm di lingkungan masyarakat sekitar. BPR Sungkunandhana Juwana menyediakan beberapa produk unggulannya antara lain berupa tabungan, deposito dan kredit. Berdasarkan rekapitulasi jumlah nasabah PT BPR Sungkunandhana baik nasabah kredit, tabungan maupun deposito dari tahun 2016-2020 yang mengalami naik turun, pemaparan tersebut dapat dilihat lebih jelas dengan tabel di bawah :

**Tabel 1. 1**  
**Jumlah Nasabah BPR Sungkunandhana 2016-2021**

No.	Tahun	Jumlah Nasabah			
		Kredit	Deposit	Tabungan	Jumlah
1	2016	719	49	1.201	1.969
2	2017	682	56	985	1.723
3	2018	704	66	924	1.694
4	2019	675	69	1.359	2.103
5	2020	603	63	1.405	2.071
6	2021	577	69	1.386	2.032

Sumber : PT. BPR Sungkunandhana Kantor Pusat Juwana, 2022

Dari hasil tabel rekapitulasi data yang diperoleh total seluruh nasabah PT BPR Sungkunandhana Juwana pada tahun 2016 sampai 2021 mengalami kenaikan dan penurunan jumlah nasabahnya. Perihal tersebut dapat dilihat loyalitas nasabah yang diberikan ke perusahaan perlu dipertanyakan, dari tahun ke tahun total nasabah mengalami penurunan baik dari nasabah kredit, deposit ataupun nasabah

tabungan. Disisi lain loyalitas nasabah sangat diperlukan bagi berjalannya suatu perusahaan agar tetap berjalan dengan stabil.

Dapat dilihat tabel di atas, dari tahun 2016 PT BPR Sungkunandhana memiliki jumlah nasabah sebesar 719 nasabah Kredit dan 49 nasabah deposito serta pada tahun 2017 terjadi pertumbuhan jumlah klien yang cukup signifikan. baik pada nasabah deposito maupun nasabah kredit sebesar 1.723 nasabah. Tetapi Pada tahun 2018 sampai tahun 2020 PT BPR Sungkunandhana kehilangan jumlah nasabah baik deposit maupun kredit, yaitu mengalami penurunan terus menerus selama tiga tahun berturut-turut menjadi 603 orang nasabah kredit dan 63 orang nasabah deposit. Penyusutan jumlah nasabah deposito maupun kredit yang diperoleh dapat disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya kurangnya kualitas pelayanan BPR Sungkunandhana Juwana bagi para nasabahnya, bisa nampak dari total keluhan terkait dengan pelayanan serta sarana yang diungkapkan dari beberapa nasabah yang sedang bertransaksi.

Peneliti menemukan sebagian permasalahan pada PT BPR Sungkunandhana pada bagian customer service yang kurang responsif dalam kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah, kurangnya inisiatif customer service perihal pelayanan yang diberikan kepada nasabah, jumlah teller serta customer service yang kurang sesuai dengan jumlah nasabah yang ada, mengakibatkan panjangnya antrian dikala jumlah nasabah melonjak ramai. Dari beberapa faktor yang ada dampak tersebut terlihat jumlah penurunan yang signifikan pada dua tahun kebelakang pada aset keuangan baik pada produk tabungan, kredit maupun deposito pada PT BPR Sungkunandhana Juwana :

**Tabel 1. 2****Aset Keuangan PT. BPR Sungkunandhana 2021**

<b>Tahun</b>	Desember 2019	Desember 2020
<b>Tabungan</b>	Rp. 7.294.452,00	Rp. 7.365.506,00
<b>Deposito</b>	Rp. 19.485.950,00	Rp. 19.283.950,00
<b>Kredit</b>	Rp. 35.217.764,00	Rp. 29.959.793,00
<b>Total Asset</b>	Rp. 39.978.254,00	Rp. 39.947.272,00

Sumber : [www.perbarindo.org](http://www.perbarindo.org), 2021

Dari tabel dapat terlihat penurunan asset pada PT BPR Sungkunandhana Juwana dari produk-produk yang mengalami penurunan baik dari produk tabungan, deposito maupun produk kredit pada PT BPR Sungkunandhana Kantor Pusat Juwana. Dapat dilihat dari produk kredit mengalami penurunan pada tahun 2020 sebesar 13% yaitu sebesar 5.257.971,00. Hal tersebut menunjukkan menurunnya loyalitas nasabah pada BPR Sungkunandhana. Menurunnya jumlah loyal nasabah dapat dipengaruhi beberapa faktor baik berupa kualitas layanan, kepercayaan maupun lokasi yang ada pada PT BPR Sungkunandhana Juwana.

Faktor pertama yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah kepuasan pelanggan (Mawey et al., 2018) Kepuasan pelanggan adalah kesenjangan antara apa yang pelanggan pikirkan dan apa yang mereka rasakan, dan itu merupakan komponen penting dalam menjalankan perusahaan. Kepuasan pelanggan menjadi

penting karena kualitas layanan yang ditawarkan berdampak juga pada loyalitas pelanggan itu sendiri.

Kualitas pelayanan yang ditawarkan merupakan aspek kedua yang berdampak pada loyalitas. Jenis kualitas layanan menurut (Kepercayaan et al., 2018) adalah situasi dinamis yang terkait dengan item layanan dan lingkungan yang dapat sesuai dengan harapan konsumen. dari penelitian menjelaskan kualitas layanan memiliki pengaruh yang menguntungkan dan cukup besar terhadap loyalitas pelanggan, menurut pendapat dari (Febrianz, 2017). Berbeda dengan penelitian sebelumnya, penelitian (Batin, 2020) menemukan bahwa kualitas layanan tidak memiliki dampak positif atau substansial terhadap loyalitas pelanggan.

Dengan kriteria di atas, upaya perbankan untuk memperoleh minat nasabah yang lebih luas dan mempertahankan nasabah yang sudah ada tidak cukup, nasabah harus memiliki kepercayaan pada bank perwakilan rakyat. Selain mutu layanan, selain faktor yang sudah disebutkan, kepercayaan adalah faktor ketiga yang diduga mempengaruhi loyalitas pelanggan. Penyebab yang mendasari loyalitas pelanggan, menurut (RAZAK, 2018) adalah kepercayaan pelanggan yang benar-benar percaya pada bakat karyawan. Pelanggan akan mempercayai kompetensi yang menawarkan perlindungan finansial terhadap terjadinya kesalahan manusia. Hal ini berdampak pada loyalitas klien, terutama dalam hal kepercayaan dan kualitas layanan. Ada beberapa perbedaan antara temuan penelitian sebelumnya.



Kualitas pelayanan serta kepercayaan nasabah inilah yang memberi poin plus, mengingat BPR Sungkunandhana beroperasi dalam lingkungan perbankan yang sangat kompetitif, yang memerlukan berbagai strategi untuk mempertahankan loyalitas nasabah. Ada 18 bank lain, baik konvensional maupun syariah, yang berlokasi di sepanjang Jalan KH Mansyur Kauman di Juwana.

Permasalahan yang sering dijumpai pada PT BPR Sungkunandhana Juwana, sering terdapatnya nasabah yang mengeluhkan kurangnya kualitas pelayanan yang diberikan dari pihak bank seperti, kurang responsif serta kurangnya penanganan keluhan nasabah, selain itu masih rendahnya kualitas fasilitas yang diberikan seperti parkir yang terlalu minim. Tak hanya itu nasabah yang banyak mengeluhkan mengenai banyaknya nasabah yang melakukan transaksi tidak sesuai dengan jumlah customer service serta teller yang tersedia, hal ini mengakibatkan panjangnya antrian yang ditimbulkan dan berdampak pada lamanya waktu nasabah yang tersita dalam bertransaksi di lingkungan bank. Selain pengeluhan mengenai pelayanan yang diberikan, terkait lokasi pada BPR Sungkunandhana yang terletak bersandingan dengan beberapa pesaing mempengaruhi loyal atau tidaknya nasabah memilih BPR Sungkunandhana untuk bertransaksi.

Research GAP merupakan perbedaan hasil penelitian antara peneliti terdahulu, seperti halnya dari judul **“Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening Studi Kasus Pada PT. BPR Sungkunandhana Kantor Pusat Juwana.”**. dari peneliti terdahulu yang masih menunjukkan bahwa

variabel kualitas layanan, kepercayaan dan lokasi berpengaruh signifikan dan tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah yang dimediasi kepuasan nasabah.

Perbedaan hasil penelitian (Research Gap) terdapat, pada penelitian yang dilakukan oleh (Japlani et al., 2020) menyatakan dalam penelitiannya bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Sejalan dengan (Rembet et al., 2020) menyatakan service performance berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian yang dilakukan (Rumastari & Sunindyo, 2019) berpendapat yang sama bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan (Suwarto & Anggraini, 2019) menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh namun tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Zulkarnain, (2020) dalam penelitiannya menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan (Febrianz, 2017) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Boonlertvanich, 2019) menyatakan bahwa service quality kurang mempengaruhi loyalitas pelanggan jika pelanggan memegang status bank utama.

Setiawan dkk, (2016) menyatakan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Japlani et al., 2020) menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan

(Mawey et al., 2018) menyatakan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Selaras dengan penelitian yang dilakukan (Rembet et al., 2020) juga menyatakan bahwa variabel kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah bank Beo kabupaten kepulauan Talaud.

Rumastari & Sunindyo, (2019) dalam penelitian yang dilakukan menyatakan bahwa variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Selaras dengan penelitian yang dilakukan (Sharah et al., 2021) menyatakan dalam penelitiannya bahwa variabel lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Suwanto & Anggraini, 2019) dalam penelitiannya menyatakan bahwa lokasi berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan uraian latar belakang serta adanya masalah diatas maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut dengan mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada PT. BPR Sungkunandhana Kantor Pusat Juwana)”**

## **1.2. Ruang Lingkup**

Ruang lingkup permasalahan yang ada di BPR Sungkunandhana Kantor Pusat Juwana pada penelitian ini diantaranya :

- a. Objek Penelitian ini ialah pada BPR Sungkunandhana Kantor Pusat Juwana.

- b. Variabel endogen penelitian adalah kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah.
- c. Variabel eksogen yang dipakai dalam penelitian ialah kualitas layanan, kepercayaan dan lokasi.
- d. Responden yang digunakan dalam penelitian adalah nasabah BPR Sungkunandhana Kantor Pusat Juwana Sebanyak 2.032 nasabah.
- e. Waktu pelaksanaan penelitian dilakukan selama 4 bulan setelah judul disetujui (Bulan September s/d Desember 2021)

### **1.3. Perumusan Masalah**

Dalam penelitian ini beberapa permasalahan yang didapati pada PT. BPR Sungkunandhana Kantor Pusat Juwana (berdasarkan pra survey kepada nasabah BPR Sungkunandhana Kantor Pusat Juwana pada bulan September 2021) diantaranya sebagai berikut :

- a. Fenomena lapangan mengenai kepuasan nasabah, sebagai salah satu diantara lembaga keuangan yang ada di Kabupaten Pati tetapi pada kenyataannya banyak nasabah yang merasa kecewa terhadap pelayanan dan fasilitas yang diberikan PT BPR Sungkunandhana terkait adanya keluhan nasabah mengenai kualitas layanan yang diberikan khususnya pada Customer service serta teller yang memberikan pelayanan kurang profesional, seperti kurang responsif terhadap nasabah, serta lambannya penanganan keluhan nasabah, tak hanya itu mengingat

customer yang ada hanya 2 orang teller yang melayani jumlah nasabah yang jumlahnya tidak seimbang dengan teller yang tersedia.

- b. Anggota nasabah BPR Sungkunandhana Pati yang umumnya pernah membuka tabungan di bank BPR tetapi juga pernah membuka tabungan di bank lain dari sisi ini dapat melihat apakah konsumen loyal atau tidak. Perihal ini menjadi pertanyaan kepercayaan para nasabah BPR Sungkunandhana yang masih ragu dan kurangnya kepercayaan akan keamanan maupun faktor-faktor lain yang diberikan pihak bank belum sesuai dengan keinginan nasabahnya.
- c. Lokasi yang letaknya yang berada di tengah kota dengan berlokasi di tengah persaingan perbankan yang cukup kompetitif, menjadi hal yang perlu diperhatikan untuk mempertahankan serta mendapatkan target konsumen baru ditengah persaingan sekitar lingkungan BPR Sungkunandhana.

Berdasarkan dari permasalahan yang sudah diuraikan pertanyaan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1.1.1. Bagaimana kualitas layanan mempengaruhi kepuasan nasabah di BPR Sungkunandhana Kantor Pusat Juwana.
- 1.1.2. Bagaimana kepercayaan mempengaruhi kepuasan nasabah di BPR Sungkunandhana Kantor Pusat Juwana.
- 1.1.3. Bagaimana lokasi mempengaruhi kepuasan nasabah di BPR Sungkunandhana Kantor Pusat Juwana.

- 1.1.4. Bagaimana kualitas layanan mempengaruhi loyalitas nasabah di BPR Sungkunandhana Kantor Pusat Juwana.
- 1.1.5. Bagaimana kepercayaan mempengaruhi loyalitas nasabah di BPR Sungkunandhana Kantor Pusat Juwana.
- 1.1.6. Bagaimana lokasi mempengaruhi loyalitas nasabah di BPR Sungkunandhana Kantor Pusat Juwana.
- 1.1.7. Bagaimana kepuasan nasabah mempengaruhi loyalitas nasabah di BPR Sungkunandhana Kantor Pusat Juwana.
- 1.1.8. Bagaimana kualitas layanan mempengaruhi loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah sebagai variabel intervening di BPR Sungkunandhana Kantor Pusat Juwana.
- 1.1.9. Bagaimana kepercayaan mempengaruhi loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah sebagai variabel intervening di BPR Sungkunandhana Kantor Pusat Juwana.
- 1.1.10. Bagaimana lokasi mempengaruhi loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah sebagai variabel intervening di BPR Sungkunandhana Kantor Pusat Juwana.

#### **1.4. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini diantaranya sebagai berikut :

- 1.1.1. Menganalisis kualitas layanan mempengaruhi kepuasan nasabah di BPR Sungkunandhana Kantor Pusat Juwana.

- 1.1.2. Menganalisis kepercayaan mempengaruhi kepuasan nasabah di BPR Sungkunandhana Kantor Pusat Juwana.
- 1.1.3. Menganalisis lokasi mempengaruhi kepuasan nasabah di BPR Sungkunandhana Kantor Pusat Juwana.
- 1.1.4. Menganalisis kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas nasabah di BPR Sungkunandhana Kantor Pusat Juwana.
- 1.1.5. Menganalisis kepercayaan mempengaruhi loyalitas nasabah di BPR Sungkunandhana Kantor Pusat Juwana.
- 1.1.6. Menganalisis lokasi mempengaruhi loyalitas nasabah di BPR Sungkunandhana Kantor Pusat Juwana.
- 1.1.7. Menganalisis kepuasan nasabah mempengaruhi loyalitas nasabah di BPR Sungkunandhana Kantor Pusat Juwana.
- 1.1.8. Menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah sebagai variabel intervening di BPR Sungkunandhana Kantor Pusat Juwana.
- 1.1.9. Menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah sebagai variabel intervening di BPR Sungkunandhana Kantor Pusat Juwana.
- 1.1.10. Menganalisis pengaruh lokasi terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah sebagai variabel intervening di BPR Sungkunandhana Kantor Pusat Juwana.

## **1.5. Manfaat Penelitian**

Berikut ini adalah harapan manfaat dalam penelitian ini, yang terkait dengan tujuan penelitian:

### **1.5.1. Manfaat Teoritis**

Diharapkan nantinya penelitian ini mampu dijadikan sebagai salah satu sumber bahan pendidikan dan ilmu pengetahuan serta sebagai referensi bagi peneliti yang akan melakukan penelitian selanjutnya.

### **1.5.2. Manfaat Praktis**

1. Memberikan masukan dan saran kepada Kantor Pusat BPR Sungkunandhana Juwana dalam rangka meningkatkan loyalitas nasabah sehingga menambah jumlah konsumen lama dan konsumen baru.
2. Memberikan masukan dan saran bagi BPR Sungkunandhana Kantor Pusat Juwana dalam upaya peningkatan kepuasan nasabah.
3. Memberikan gambaran tentang dampak perusahaan perihal kepuasan dan loyalitas pelanggan sebagai akibat dari kualitas layanan, kepercayaan, dan lokasi.