

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN
PROSEDUR PINJAMAN TERHADAP LOYALITAS
MITRA BINAAN MELALUI KEPUASAN MITRA
BINAAN PADA PROGRAM KEMITRAAN
CDC PT TELKOM JEMBER**

Dinda Putri Imaniar

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Dr. Soetomo
Jalan Semolowawu no 84 Surabaya, Indonesia

Abstrak Kepuasan dan Loyalitas ditentukan oleh Kualitas Layanan dan Prosedur Pinjaman. Tujuan penelitian untuk mencari Pengaruh Kualitas Layanan Dan Prosedur Pinjaman Terhadap Loyalitas Mitra Binaan Melalui Kepuasan Mitra Binaan Pada Program Kemitraan CDC PT. Telkom Jember. Sampel penelitian adalah Mitra Binaan sebanyak 160 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan teknik analisis menggunakan PLS. Hasil penelitian ini adalah: (1) Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan; (2) Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas; (3) Prosedur pinjaman berpengaruh signifikan terhadap kepuasan; (4) Prosedur pinjaman berpengaruh signifikan terhadap loyalitas; (5) Kepuasan mitra binaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas dan (6) Kualitas layanan dan prosedur pinjaman berpengaruh signifikan terhadap loyalitas mitra binaan melalui kepuasan.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Prosedur Pinjaman, Kepuasan, Loyalitas

Abstract Satisfaction and Loyalty are determined by Service Quality and Loan Procedures. The purpose of the study was to find the effect of service quality and loan procedures on fostered partner loyalty through fostered partner satisfaction in the CDC partnership program of PT. Telkom Jember. The research sample is the fostered partners as many as 160 respondents. Data collection techniques using questionnaires and analysis techniques using PLS. The results of this study are: (1) Service quality has a significant effect on satisfaction; (2) Service quality has a significant effect on loyalty; (3) Loan procedures have a significant effect on satisfaction; (4) Loan procedures have a significant effect on loyalty; (5) The satisfaction of fostered partners has a significant effect on loyalty and (6) Quality of services and loan procedures has a significant effect on the loyalty of fostered partners through satisfaction.

Keywords: Service Quality, Loan Procedures, Satisfaction, Loyalty

PENDAHULUAN

CDC Telkom Jember merupakan salah satu wilayah perusahaan yang berada dalam wilayah Jawa Timur. Dimana CDC Telkom Jember juga tidak terlepas dari kegiatan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan. CDC Telkom berfokus pada pemberian pinjaman uang kepada masyarakat yang memiliki usaha dan ingin mengembangkan usahanya. Pada CDC PT Telkom, masyarakat yang telah memiliki pinjaman, mendapat sebutan sebagai mitra binaan CDC PT Telkom.

Para mitra binaan tersebut pastilah memiliki berbagai pertimbangan dalam memilih salah satu dari beberapa perusahaan BUMN yang menjalankan program kemitraan sesuai dengan peraturan menteri BUMN. Pertimbangan mitra binaan tersebut dapat dilihat melalui beberapa faktor seperti kemudahan pada prosedur pinjaman dan tingkat kualitas pelayanan yang sesuai dengan keinginan mereka.

Menurut Huda, dkk (2019), sebelum lembaga keuangan memberikan sejumlah pinjaman kepada calon nasabah, terdapat beberapa proses yang harus dilakukan. Untuk memudahkan proses tersebut diharuskan memiliki Prosedur Peminjaman yang jelas agar mitra binaan dapat puas dengan layanan yang diberikan. Selain itu, kualitas pelayanan yang diberikan juga dapat mempengaruhi kepuasan mitra binaan. Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan loyalitas dan mampu memberikan suatu dorongan kepada nasabah untuk menjaga hubungan yang kuat dengan lembaga keuangan (Kipu, 2013).

CDC Telkom Jember pasti mengharapkan kepuasan dan loyalitas dari mitra binaanya. Kualitas Pelayanan dan Prosedur Pinjaman merupakan faktor penting yang mempengaruhi Kepuasan dan Loyalitas. Semakin baik Kualitas Pelayanan dan Prosedur Pinjaman maka semakin baik pula Kepuasan dan Loyalitas Mitra Binaan. Maka peneliti ingin melakukan penelitian yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Prosedur Pinjaman terhadap Loyalitas Mitra Binaan melalui Kepuasan Mitra Binaan pada Program Kemitraan CDC PT.TELKOM Jember".

Adapun tujuan penelitian yaitu: (1) Menganalisa pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan mitra binaan program kemitraan CDC PT Telkom Jember, (2) Menganalisa pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas mitra binaan program kemitraan CDC PT Telkom Jember, (3) Menganalisa pengaruh prosedur pinjaman terhadap kepuasan mitra binaan program kemitraan CDC PT Telkom Jember, (4) Menganalisa pengaruh prosedur pinjaman terhadap loyalitas mitra binaan program kemitraan CDC PT Telkom Jember, (5) Menganalisa pengaruh kepuasan mitra binaan terhadap loyalitas mitra binaan program kemitraan CDC PT Telkom Jember dan (6) Menganalisa pengaruh kualitas layanan dan prosedur pinjaman terhadap loyalitas mitra binaan melalui kepuasan mitra binaan program kemitraan CDC PT Telkom Jember.

KAJIAN TEORITIS DAN HIPOTESIS

Kualitas Pelayanan

Kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik dari suatu produk atau jasa layanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat (Kotler dan Keller, 2016). Menurut Parasuraman dalam Tjiptono (2012: 53) bahwa konsep kualitas layanan yang diharapkan dan dirasakan ditentukan oleh kualitas layanan. Dimensi pokok dalam Kualitas layanan tersebut terdiri dari (1) Daya Tanggap, (2) Jaminan, (3) Bukti Fisik, (4) Empati Dan (5) Keandalan (Lupiyoadi, 2013:148).

Prosedur Pinjaman

Menurut Farisi, dkk (2016), Sistem terdiri dari prosedur-prosedur yang saling berkaitan yang tujuannya untuk melaksanakan fungsi utama perusahaan. Prosedur adalah urutan yang dibuat untuk menyamakan penanganan transaksi-transaksi perusahaan yang terjadi secara berulang-ulang. Menurut Kuncoro (2002), menjelaskan bahwa indikator prosedur kredit terdiri dari (1) Realisasi Kredit, (2) Kemudahan Prosedur, (3) Kecepatan Pelaksanaan dan (4) Persyaratan.

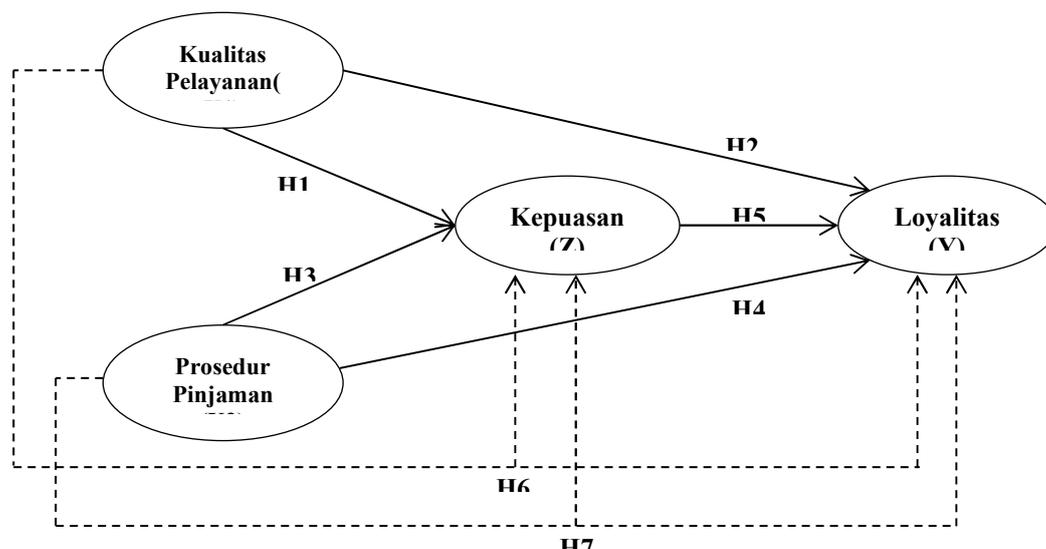
Kepuasan

Secara umum pengertian kepuasan konsumen atau ketidakpuasan konsumen merupakan perbedaan antara harapan (*expectations*) dan kinerja yang dirasakan (*perceived performance*). Sehingga dapat dikatakan bahwa kepuasan konsumen berarti kinerja suatu barang atau jasa sekurang-kurangnya sama dengan yang diharapkan. Pengukuran kepuasan pelanggan dapat dilakukan sebagai berikut (Syaifullah dan Mira, 2018) yaitu (1) Perasaan puas, (2) Selalu membeli produk, (3) Akan merekomendasikan kepada orang lain dan (4) Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk.

Loyalitas

Menurut Oliver (2010) loyalitas adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten pada masa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku. Loyalitas pelanggan bentuknya beragam dan tidak bisa disamaratakan. Pengukuran loyalitas dapat dilakukan sebagai berikut (Syaifullah dan Mira, 2018): (1) *Say positive things*, adalah mengatakan hal yang positif tentang produk yang telah dikonsumsi, (2) *Recommend friend*, adalah merekomendasikan produk yang telah dikonsumsi kepada teman dan (3) *Continue purchasing*, adalah pembelian yang dilakukan secara terus menerus terhadap produk yang telah dikonsumsi.

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Sumber: diolah peneliti

HIPOTESIS

Berdasarkan penelitian terdahulu maka hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- H1 : Kualitas Layanan berpegaruh terhadap Kepuasan mitra binaan program kemitraan CDC PT Telkom Jember.
- H2 : Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Loyalitas mitra binaan program kemitraan CDC PT Telkom Jember.
- H3 : Prosedur Pinjaman berpegaruh terhadap Kepuasan mitra binaan program kemitraan CDC PT Telkom Jember.
- H4 : Prosedur Pinjaman berpengaruh terhadap Loyalitas mitra binaan program kemitraan CDC PT Telkom Jember.
- H5 : Kepuasan mitra binaan berpengaruh terhadap Loyalitas mitra binaan program kemitraan CDC PT Telkom Jember
- H6 : Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Loyalitas mitra binaan melalui kepuasan mitra binaan program kemitraan CDC PT Telkom Jember
- H7 : Prosedur pinjaman berpengaruh terhadap Loyalitas mitra binaan melalui kepuasan mitra binaan program kemitraan CDC PT Telkom Jember

METODE PENELITIAN

Metode penelitian penelitian menggunakan metode kuantitatif. Populasi sampel adalah 160 Mitra Binaan program kemitraan CDC PT Telkom Jember. Teknik sampling menggunakan *Purposive Sampling*. Variabel eksogen penelitian terdiri atas tiga variabel, yaitu: Kualitas Layanan (X1), Prosedur pinjaman (X2). Variabel endogen adalah Loyalitas Mitra Binaan (Y). Variabel intervening adalah Kepuasan Mitra Binaan (Z). Jenis data penelitian yang digunakan adalah data kuantitatif. Jenis penelitian termasuk penelitian kausalitas dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data mentah. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah penggunaan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan untuk analisa data adalah *The Structurul Equation Model (SEM)*. Untuk menjawab hipotesis menggunakan *Partial Least Square (PLS)*.

ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN

Deskriptif Subyek Penelitian

Hasil deskriptif diperoleh bahwa mayoritas responden memiliki jenis kelamin laki-laki (70%). Sedangkan sisanya memiliki jenis kelamin perempuan 30%. Berdasarkan usia diperoleh hasil bahwa mayoritas responden berada pada rentang usia 26 - < 35 tahun (81,9%). Responden yang berusia 36 - < 45 tahun sebanyak 18 orang (11,2%). Responden yang berusia 18 - < 26 tahun sebanyak 7 orang (4,4%). Sedangkan sisanya responden berusia > 45 tahun sebanyak 4 orang (2,5%).

Analisis Partial Least Square

Convergent Validity

Berdasarkan pengujian validitas diketahui bahwa terdapat indikator yang dinyatakan tidak sah sebagai alat ukur konstruk dikarenakan nilai *loading factornya* dibawah 0,7 yaitu indikator X2.3 dan Y2. Sedangkan sisanya dinyatakan sah sebagai alat ukur konstruk tersebut sehingga seluruh indikator layak atau valid untuk digunakan dan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut karena memiliki nilai *loading factor* diatas 0,7.

Discriminant Validity

Nilai *cross loadings* dapat diketahui bahwa masing-masing indikator pada variabel penelitian memiliki nilai *cross loading* terbesar pada variabel yang dibentuknya dibandingkan dengan nilai *cross loading* pada variabel lainnya. Berdasarkan hasil yang diperoleh tersebut maka dapat dinyatakan bahwa indikator-indikator yang digunakan dalam penelitian ini telah memiliki *discriminant validity* yang baik dalam menyusun variabelnya masing-masing.

Average Variance Extracted (AVE)

Hasil nilai AVE untuk blok indikator yang mengukur konstruk dapat dinyatakan memiliki nilai *discriminant validity* yang baik karena nilai AVE > 0,5. Hal ini berarti bahwa semua variabel konstruk dinyatakan telah memiliki *discriminant validity* yang baik.

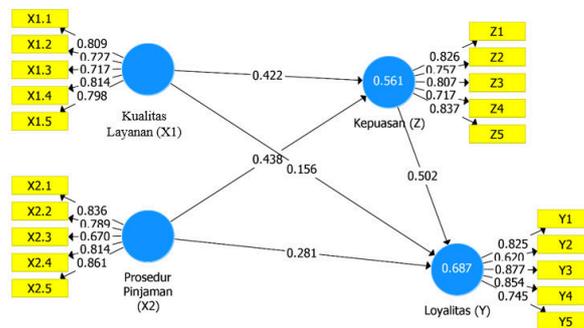
Composite Reliability dan Cronbach Alpha

Nilai *composite reliability* semua variabel penelitian > 0,60. Hasil ini menunjukkan bahwa masing-masing variabel telah memenuhi *composite realibility* sehingga dapat disimpulkan bahwa keseluruhan variabel memadai dalam mengukur variabel laten/konstruk yang diukur sehingga dapat digunakan dalam analisis selanjutnya.

Nilai *cronbach alpha* dari masing-masing variabel penelitian adalah > 0,60. Dengan demikian hasil ini dapat menunjukkan bahwa masing-masing variabel penelitian telah memenuhi persyaratan nilai *cronbach alpha*, sehingga dapat disimpulkan bahwa keseluruhan variabel memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi.

Uji Inner Model

Dalam penelitian ini, digunakan untuk Partial Least Square (PLS) untuk menguji hipotesis penelitian. Berikut adalah gambar model PLS yang diajukan



Gambar 2. Model Penelitian PLS

Sumber: data olahan PLS, 2022

Uji Hipotesis dan R-Square

Tabel 1.

Hasil Pengujian Hipotesis & R Square

	Koefisien	St. Deviasi	T Statistics
Kualitas Layanan (X1) -> Kepuasan (Z)	0.422	0.085	4.987
Kualitas Layanan (X1) -> Loyalitas (Y)	0.156	0.070	2.219
Prosedur Pinjaman (X2) -> Kepuasan (Z)	0.438	0.091	4.805
Prosedur Pinjaman (X2) -> Loyalitas (Z)	0.281	0.087	3.225
Kepuasan (Z) -> Loyalitas (Y)	0.502	0.088	5.682
Kualitas Layanan (X1) -> Kepuasan (Z) -> Loyalitas (Y)	0,212	0,063	3,336
Prosedur Pinjaman (X2) -> Kepuasan (Z) -> Loyalitas (Y)	0,220	0,050	4,365
R-Square Kepuasan (Z)	0,561		
R-Square Loyalitas (Y)	0,687		

Sumber: diolah peneliti, 2022

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang terlihat pada tabel diatas maka dapat diinterpretasikan bahwa:

- Kualitas Layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan, karena nilai T statistik sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 1,64.
- Kualitas Layanan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas, karena nilai T statistik sebesar 2,385 yang berarti lebih besar dari 1,64.

- c. Prosedur Pinjaman memiliki pengaruh positif tidak signifikan terhadap Kepuasan, karena nilai T statistik sebesar 0,753 yang berarti lebih kecil dari 1,64.
- d. Prosedur Pinjaman memiliki pengaruh signifikan terhadap Loyalitas, karena nilai T statistik sebesar 0,820 yang berarti lebih kecil dari 1,64.
- e. Kepuasan memiliki pengaruh positif tidak signifikan terhadap Loyalitas karena nilai T statistik sebesar 0,357 yang berarti lebih kecil dari 1,64.
- f. Kualitas Layanan dan Prosedur Pinjaman memiliki pengaruh positif tidak signifikan terhadap Loyalitas melalui Kepuasan karena nilai T statistik sebesar 1,019 yang berarti lebih kecil dari 1,64.

Tabel 1 menjelaskan besarnya nilai *R-Square*. Dalam menilai model dengan PLS dimulai dengan melihat *R-square* untuk setiap variabel laten dependen. Untuk variabel laten endogen dalam *model structural* yang memiliki hasil R^2 sebesar 0,75 mengindikasikan bahwa model “kuat”, R^2 sebesar 0,50 mengindikasikan bahwa model “moderate”, R^2 sebesar 0,25 mengindikasikan bahwa model “lemah” (Ghozali, 2016).

Berdasarkan hasil pengujian nilai *R-square* diatas maka dapat diinterpretasikan bahwa Variabel Kualitas Layanan dan Prosedur Pinjaman yang mempengaruhi variabel Kepuasan memiliki nilai R^2 sebesar 0,055 yang mengindikasikan bahwa model “lemah”. Demikian juga Kualitas Layanan, Prosedur Pinjaman dan Kepuasan yang mempengaruhi variabel Loyalitas memiliki nilai R^2 sebesar 0,316 yang mengindikasikan bahwa model “lemah”. Penerapan model struktural dapat dilihat dari Q2, yaitu:

$$\begin{aligned}
 Q2 &= 1 - [(1 - R1) * (1 - R2)] \\
 &= 1 - [(1 - 0.197) * (1 - 0.704)] \\
 &= 1 - [(0.803) * (0.296)] \\
 &= 1 - [0.237] \\
 &= 0.763
 \end{aligned}$$

Hasil perhitungan Q2 menunjukkan bahwa nilai Q2 0,763 yang menunjukkan bahwa nilai Q2 berada dalam kategori “kuat”. Menurut Ghozali (2016), nilai Q2 dapat digunakan untuk mengukur seberapa baik model menghasilkan parameter observasi dan estimasi. Maka, nilai Q2 yang diprediksi yang dibuat oleh model dianggap relevan secara prediktif.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Mitra Binaan Program Kemitraan CDC PT Telkom Jember

Dari hasil analisis dibuktikan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mitra binaan program kemitraan CDC PT Telkom Jember secara signifikan dengan arah positif. Hal ini berarti adanya dampak pengaruh yang searah sehingga dapat diartikan bahwa semakin tingginya kualitas layanan maka semakin tinggi kepuasan mitra binaan program kemitraan CDC PT Telkom Jember.

Hasil penelitian ini sama dengan temuan Setiawan *et al* (2016) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang searah terhadap kepuasan nasabah. Hasil ini dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan nasabah. Hal ini terjadi karena kualitas pelayanan koperasi yang diberikan, mempengaruhi kebutuhan yang menunjukkan kepuasan nasabah

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Mitra Binaan Program Kemitraan CDC PT Telkom Jember

Dari hasil analisis dibuktikan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas mitra binaan program kemitraan CDC PT Telkom Jember secara signifikan dengan arah positif. Hal ini berarti adanya dampak pengaruh yang searah sehingga dapat diartikan bahwa semakin tinggi kualitas layanan maka semakin tinggi loyalitas mitra binaan program kemitraan CDC PT Telkom Jember.

Hasil penelitian ini sama dengan temuan Zulkarnain *et al* (2020) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Artinya, kualitas pelayanan yang baik dapat secara signifikan meningkatkan loyalitas nasabah. Menurut Kotler (2014) konsumen seringkali menarik kesimpulan mengenai kualitas pelayanan berdasarkan penilaian mereka terhadap tempat atau lokasi, orang, peralatan, alat komunikasi dan harga yang mereka lihat sebelum mereka memutuskan untuk melakukan pembelian kembali di masa mendatang.

Pengaruh Prosedur Pinjaman Terhadap Kepuasan Mitra Binaan Program Kemitraan CDC PT Telkom Jember

Dari hasil analisis dibuktikan bahwa prosedur pinjaman berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mitra binaan program kemitraan CDC PT Telkom Jember secara signifikan dengan arah positif. Hal ini berarti adanya dampak pengaruh yang searah sehingga dapat diartikan bahwa semakin baik prosedur pinjaman maka semakin tinggi kepuasan mitra binaan program kemitraan CDC PT Telkom Jember.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Badrul & Huda (2015), dan Ayuni & Zuryatina (2018) mengatakan bahwa Prosedur pinjaman berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.

Pengaruh Prosedur Pinjaman Terhadap Loyalitas Mitra Binaan Program Kemitraan CDC PT Telkom Jember

Dari hasil analisis dibuktikan bahwa prosedur pinjaman berpengaruh signifikan terhadap loyalitas mitra binaan program kemitraan CDC PT Telkom Jember secara signifikan dengan arah positif. Hal ini berarti adanya dampak pengaruh yang searah sehingga dapat diartikan bahwa semakin baik prosedur pinjaman maka semakin tinggi loyalitas mitra binaan program kemitraan CDC PT Telkom Jember.

Hasil ini sesuai dengan temuan Michaella (2020) yang menyatakan bahwa prosedur kredit mempunyai pengaruh terhadap kepuasan dalam pengambilan kredit, pada umumnya nasabah menilai baik untuk prosedur pengambilan kredit bila prosedur yang ada cukup sederhana (tidak berbelit-belit/ tidak rumit), dan penanganan atas pengajuan kredit mudah dan cepat. Kepuasan nasabah terhadap prosedur yang ada

akan mendorong keputusan nasabah untuk mengambil kembali kredit pada bank tersebut sehingga loyalitas nasabah akan meningkat.

Pengaruh Kepuasan Mitra Binaan Terhadap Loyalitas Mitra Binaan Program Kemitraan CDC PT Telkom Jember

Dari hasil analisis dibuktikan bahwa kepuasan mitra binaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas mitra binaan program kemitraan CDC PT Telkom Jember secara signifikan dengan arah positif. Hal ini berarti adanya dampak pengaruh yang searah sehingga dapat diartikan bahwa semakin tinggi kepuasan mitra binaan maka semakin tinggi loyalitas mitra binaan program kemitraan CDC PT Telkom Jember.

Hasil penelitian ini sesuai dengan temuan Dewi *et al* (2014) yang menyatakan bahwa Semakin baik kepuasan yang dirasakan nasabah terhadap PT BPR Hoki menyebabkan tingkat loyalitas nasabah meningkat, sebaliknya rendahnya tingkat kepuasan yang dirasakan menyebabkan loyalitas nasabah juga semakin rendah. Penelitian ini juga sejalan dengan Anggraeni dan Kerti-Yasa (2012), Molaei *et al.* (2013), serta Molina *et al.* (2007) yang menemukan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Pengaruh Kualitas Layanan dan Prosedur Pinjaman Terhadap Loyalitas Mitra Binaan Melalui Kepuasan Mitra Binaan Program Kemitraan CDC PT Telkom Jember

Dari hasil analisis dibuktikan bahwa kualitas layanan dan prosedur pinjaman berpengaruh signifikan terhadap loyalitas mitra binaan melalui kepuasan mitra binaan program kemitraan CDC PT Telkom Jember secara signifikan dengan arah positif. Hal ini berarti adanya dampak pengaruh yang searah sehingga dapat diartikan bahwa semakin tinggi kepuasan mitra binaan maka semakin tinggi loyalitas mitra binaan program kemitraan CDC PT Telkom Jember.

Kualitas layanan dan prosedur pinjaman (KUR) dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Semakin baik kualitas pelayanan dan prosedur pinjaman yang diciptakan perusahaan maka akan semakin baik untuk meningkatkan rasa puas konsumen (Michaela, 2020). Selanjutnya, peningkatan kepuasan nasabah dapat mengakibatkan meningkatnya loyalitas nasabah (Ardiyanto, 2013).

SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diambil beberapa simpulan yaitu:

1. Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mitra binaan program kemitraan CDC PT Telkom Jember.
2. Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas mitra binaan program kemitraan CDC PT Telkom Jember.
3. Prosedur pinjaman berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mitra binaan program kemitraan CDC PT Telkom Jember.
4. Prosedur pinjaman berpengaruh signifikan terhadap loyalitas mitra binaan program kemitraan CDC PT Telkom Jember.
5. Kepuasan mitra binaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas mitra binaan program kemitraan CDC PT Telkom Jember.

6. Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas mitra binaan melalui kepuasan mitra binaan program kemitraan CDC PT Telkom Jember.
7. Prosedur pinjaman berpengaruh signifikan terhadap loyalitas mitra binaan melalui kepuasan mitra binaan program kemitraan CDC PT Telkom Jember.

Keterbatasan

Penelitian ini mempunyai keterbatasan dalam meneliti analisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen. Dalam penelitian ini objek yang digunakan yaitu mitra binaan program kemitraan CDC PT Telkom Jember dan penggunaan sampel konsumen yang menjadi mitra binaan CDC Telkom Jember lebih dari 6 bulan, jumlah pinjaman diatas 50 juta, dan perjanjian pelunasan selama 3 tahun.

Saran

Untuk meningkatkan loyalitas mitra binaan program kemitraan CDC PT Telkom Jember maka perlu dilakukan peningkatan kualitas layanan dan peningkatan kemudahan prosedur pinjaman.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, Ni Made Savitri dan Ni Nyoman Kerti Yasa, (2012), "E-service Quality terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan dalam Penggunaan Internet Banking", *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, Vol. 16, No. 2, pp. 329 -343.
- Ardiyanto, Bayu Roesdian, (2013), Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BRI Syariah Surakarta, <http://eprints.ums.ac.id/31312/13/>
- Ayuni, & Zuryatina, F. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Prosedur Kredit, dan Tingkat Suku Bunga Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Pegawai PT. Bank Lampung.
- Dewi, G., Yasa., dan Sukatmadja. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah PT BPR Hoki di Kabupaten Tabanan. *E-Jurnal Ekonomi Bisnis Universitas Udayana*. Vol 3(5): 257-275.
- Farisis, K., Dzulkhirom, dan Saifi. (2016). Analisis Sistem dan Prosedur Pemberian Kredit Modal Kerja dalam Rangka Mendukung Pengendalian Kredit Bank (Kasus Pada PT. KBPR Pancadana Batu Tahun 2012,2013,2014). *Jurnal Administrasi Bisnis*. 30(1): 117-124.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Huda, Sukidin, dan Wahyuni. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Prosedur Kredit, dan Tingkat Suku Bunga Terhadap Keputusan Nasabah dalam Mengambil Kreadit pada PT. BPR Sukowono Arthajaya Jember*. 13(1). 87-93.
- Kotler, P., and K. L. Keller. (2016). *Marketing Management*, 15th. Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.

- Kotler, Philip T., Keller, Kevin Lane. (2014). *Marketing Management (14 ed.)*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kuncoro, M. dan Suhardjono. (2002). *Manajemen Perbankan*. Yogyakarta: BPFE.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi (Edisi 3)*. Jakarta: Salemba Empat
- Michaella, V S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Prosedur Pinjaman Kur Terhadap Kepuasan Nasabah Teras BRI Simpang Limun. Universitas Sumatera Utara.
- Molae, M., Ansari, and Telmouri, H. (2011). Analizing The Impact of Service Quality Dimensions on Customer Satisfaction and Loyalty in The Banking Industry of Iran, *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, Vol. 13, No. 3, pp. 5-13.
- Molina, A., Consuegra, D., Esteban, A. (2007). Relation Benefit and Customer Satisfaction in Retail Banking, *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 25, No. 4, pp. 253-270.
- Oliver, R. L. (2010). "Customer Satisfaction". In book: Wiley International Encyclopedia of Marketing.
- Setiawan, H, Maria, dan Azis. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening. *Journal Of Management*. Vol 2 (2).
- Syaifullah Dan Mira (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pt Pegadaian (Persero) Batam. *JIM UPB* 6 (2) : 86-91.
- Tjiptono. F. (2012). *Strategi Pemasaran*, ed. 3, Yogyakarta, Andi.
- Zulkarnain R., Taufik, dan Ramdansyah. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening. *Manajemen dan Bisnis*. Hal. 1-24.