

BAB I

Pendahuluan

Perbankan merupakan lembaga bidang keuangan yang memiliki tugas utama dalam pertumbuhan ekonomi, dimana fungsi utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk tabungan yang akan disalurkan kembali sesuai dengan Undang – Undang Nomor 10 Tahun 1998 Tentang Perbankan, dalam bentuk kredit dan berbagai bentuk lainnya untuk membantu meningkatkan taraf hidup masyarakat.

Namun saat ini, karena diperkirakan akan terjadi resesi pada tahun 2023, perbankan di Indonesia kini menaikkan suku bunga. Purchasing Manager's Index (PMI) Manufacturing global yang memasuki zona kontraksi di level 49,8 pada September 2022 mengindikasikan munculnya perlambatan pertumbuhan ekonomi yang terjadi di beberapa Negara maju, antara lain Amerika Serikat (AS), Eropa, dan Tiongkok. Perlambatan ekonomi dipengaruhi oleh situasi geopolitik yang masih berlangsung dan konflik di Kawasan Ukraina yang menyebabkan tekanan inflansi yang tinggi di negara- negara maju (Redaksi, T. (2022) Resesi Atau Tidak? Ini Dia Kondisi terkini Ekonomi Indonesia!, CNBC Indonesia).

Untuk memulihkan stabilitas ekonomi dan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan bagi masyarakat serta kepercayaan dan loyalitas nasabah, perbankan perlu mengelola operasional bank secara profesional dengan memperhatikan GCG (*Good Corporate Governance*) yang baik agar memberikan citra bank yang positif, salah satu faktor penting yang perlu diperhatikan yaitu GCG (*Good Corporate Governance*) yang merupakan suatu bentuk aturan dan ketentuan yang dapat diterapkan untuk mengatur hubungan dari berbagai pihak yang terlibat terkait dalam perusahaan untuk menjalankan usahanya disinkronkan atas hak dan kewajibannya dengan benar.

Penerapan GCG (*Good Corporate Governance*) atau tata kelola perusahaan mulai diisukan dikarenakan adanya krisis ekonomi nasional yang terjadi di tahun 1998 hal ini menjadi faktor penyebab lambatnya proses pertumbuhan ekonomi di Indonesia dan lemahnya penerapan GCG termasuk perbankan (Hasan, Fandi Ahmad, 2018).

Terdapat peraturan yang dikeluarkan berkaitan dengan pelaksanaan GCG (*Good Corporate Governance*) atau tata kelola perusahaan yaitu Peraturan Otoritas Jasa Keuangan nomor 55/POJK.03/2016 tentang penerapan *Good Corporate Governance* bagi bank umum, menunjukkan semakin kompleksnya risiko yang dihadapi oleh bank, maka diperlukan praktik GCG yang baik oleh bank. GCG yang baik diperlukan untuk menaikkan kemampuan bank, menjaga pemangku kepentingan, serta dapat menambah kepatuhan pada undang – undang, peraturan, dan nilai – nilai moral pada industri perbankan. Peningkatan kualitas GCG (*Good Corporate Governance*) merupakan upaya memperkokoh situasi perbankan dalam praktiknya yang perlu disikapi dengan tepat untuk dapat mengoptimalkan.

Penerapan GCG (*Good Corporate Governance*) sangat penting terutama pada perkembangan perbankan kearah yang lebih baik untuk meningkatkan kepercayaan nasabah sehingga konsumen merasakan kepuasan terhadap layanan yang telah diberikan. Hal ini dilakukan bertujuan untuk menjaga loyalitas nasabah. Loyalitas nasabah adalah suatu bentuk kesetiaan nasabah sebagai pelanggan terhadap penyediaan jasa yang telah memberikan pelayanan. Oleh karena itu, loyalitas nasabah menjadi prioritas utama dalam meningkatkan kinerja perbankan (Good, Governance, Nasabah, Syariah, & Kc, 2021).

Terdapat penelitian Bank Indonesia yang menyatakan bahwa nasabah akan berhenti menggunakan layanan perbankan sehingga tidak tercipta loyalitas nasabah karena nasabah memiliki keraguan dengan perbankan atas prinsip hukum yang diterapkan. Oleh karena itu, GCG harus disesuaikan dengan prinsip yang dilaksanakan dan diharapkan dapat

meningkatkan kepercayaan nasabah sehingga tercipta loyalitas nasabah kepada bank. (Good et al., 2021)

Penelitian ini memilih PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Tengah karena merupakan bank Pemerintah Provinsi Jawa Tengah yang memiliki reputasi yang cukup baik dalam mengelola keuangan daerah sebagai pemegang kas daerah yang digunakan untuk membantu meningkatkan ekonomi daerah untuk memberikan kredit kepada pengusaha kecil khususnya masyarakat Jawa Tengah. Berbagai strategi untuk mengoptimalkan layanan juga terus ditingkatkan. Hal ini dapat diamati dari sejumlah pencapaian perusahaan dalam kurun lima tahun terakhir, PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Tengah mengalami peningkatan yang begitu pesat. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1.1 Peningkatan PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Tengah

Tahun	Total Aset
2017	61.466.427.417
2018	66.844.677.480
2019	71.860.453.318
2020	73.106.133.918
2021	80.348.338.916

Sumber : Laporan Tahunan PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Tengah

Tabel 1.2 Persentase kenaikan PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Tengah

Persentase kenaikan	Total Aset
2017 - 2018	8,74 %
2018 - 2019	7,50 %
2019 - 2020	1,73 %
2020 - 2021	9,90 %

Tabel 1.3 Jumlah Nasabah PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Tengah

No.	Jenis Tabungan	Jumlah nasabah pada tahun 2021
1.	Tabungan Bima	8.850
2.	Simpeda	7.650
3.	TabunganKu	7.445
4.	Simpanan Pelajar	6.120
5.	Dana Pensiun Lembaga Keuangan (DPLK) Setia	5.280
6.	Deposito	3.349
TOTAL		38.694

Dilihat dari data diatas, perkembangan pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Tengah dari tahun 2017 – 2021 mengalami peningkatan yang baik. Akan tetapi, terdapat permasalahan terkait saldo nasabah PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Tengah yang hilang pada tahun 2021 milik sejumlah Aparatur Sipil Negara (ASN) atau Pegawai Negeri Sipil (PNS) Pemerintah Kabupaten Semarang yang menabung pada Kantor Cabang Utama PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Tengah (Indonesia, C.N.N. (2021) *Sejumlah Saldo Nasabah di bank Jateng Hilang Misterius, ekonomi*). Adanya permasalahan yang pernah terjadi tersebut menimbulkan persepsi terkait penerapan GCG pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Tengah berdasarkan 5 prinsip seperti, *Transparency* atas keterbukaan perusahaan terkait fakta yang akurat dan relevan, *Accountability* atas penetapan *punishment*

perusahaan pada sistemnya, *Responsibility* atas bentuk pertanggung jawaban perusahaan mengenai keluhan nasabah, *Independence* atas pengelolaan perusahaan tanpa campur tangan pihak manapun, serta *Fairness* atas perusahaan memenuhi hak nasabah sesuai dengan kebutuhannya. Permasalahan tersebut dapat merugikan perusahaan sendiri mengenai kepercayaan nasabah yang akan berkaitan dengan loyalitas nasabah terhadap perusahaan.

Dalam rangka tercipta loyalitas nasabah, bank berusaha memaksimalkan pengalaman nasabah yang memuaskan serta meminumkan pengalaman nasabah yang tidak menyenangkan sehingga nasabah tidak berpindah ke bank lain. Indikasi yang menyebabkan rendahnya loyalitas nasabah, seperti kebijakan perusahaan yang bersangkutan atas kenaikan suku bunga yang tinggi, pegawai bank yang tidak ramah dengan nasabah, serta fasilitas pelayanan yang kurang mendukung perlu diantisipasi dengan menerapkan kegiatan usahanya dengan berpedoman pada prinsip-prinsip GCG (*Good Corporate Governance*). Terdapat 5 Prinsip yang sering disebut dengan TARIF, meliputi Keterbukaan (*Transparency*), Akuntabilitas (*Accountability*), Tanggung jawab (*Responsibility*), Independensi (*Independence*), Kewajaran (*Fairness*) (Good et al., 2021).

Hasil penelitian sebelumnya yang dilaksanakan oleh (Hasan, Fandi Ahmad, 2018) tentang pengaruh implementasi syariah governance terhadap loyalitas nasabah pada Kota Malang yang telah menyatakan bahwa pada transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, kemandirian, keadilan dan *syariah compliance* secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah namun secara parsial hanya variabel transparansi yang tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Sedangkan penelitian yang dilaksanakan oleh (Good et al., 2021) tentang pengaruh *good corporate governance* terhadap loyalitas nasabah bank syariah Indonesia KC Kediri Trade Center yang telah menyatakan bahwa pada *transparency, accountability, responsibility, independency, dan fairness* secara parsial ada yang berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dan ada yang tidak berpengaruh seperti *accountability* dan *independency*.

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah : (1) Pengaruh *Transparency* (Keterbukaan) terhadap loyalitas nasabah. (2) Pengaruh *Accountability* (Akuntabilitas) terhadap loyalitas nasabah. (3) Pengaruh *Responsibility* (Tanggung jawab) terhadap loyalitas nasabah. (4) Pengaruh *Independence* (Independensi) terhadap loyalitas nasabah. (5) Pengaruh *Fairness* (Kewajaran) terhadap loyalitas nasabah.

BAB II

Kajian Pustaka

2.1 Grand Theory

Teori utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori pertukaran sosial (*Social Exchange Theory*) yang dikemukakan oleh Blau tahun 1964 untuk menjelaskan hubungan antar variabel dalam penelitian ini. Teori ini mengatakan bahwa seseorang akan membalas perlakuan orang lain terhadap dirinya seperti apa yang orang lain perlakukan kepadanya (West dan Turner, 2008:185). Mengacu pada teori pertukaran sosial ini, maka nasabah kantor cabang utama bank jateng akan menunjukkan sikap puas dan berperilaku loyal terhadap bank jateng terutama pada kantor cabang utama, jika hubungan yang diberikan bank jateng baik. Selain itu, teori ini juga menjelaskan bahwa seseorang akan selalu bertindak rasional yaitu, dengan mencari keuntungan dan menghindari ketidakpuasan. Artinya, ketika nasabah bank jateng merasa tidak puas atas kualitas layanan yang kurang baik, maka nasabah tersebut akan berpikir untuk meninggalkan produk dan jasa dari bank jateng tersebut atau melakukan *switching*. Nasabah akan menghindari sesuatu yang mengakibatkan tidak puas pada hubungan *Good Corporate Governance* (GCG) dan Citra Perbankan yang buruk. Nasabah akan mencari alternatif bank lain atau berpindah ketika nasabah merasa tidak puas jika tetap berada di bank tersebut. Untuk itu, *Good Corporate Governance* (GCG) dan Citra Perbankan dari bank jateng sangat menentukan loyalitas dari nasabahnya. Loyalitas yang tinggi dari nasabah, akan meningkatkan reputasi dan nilai dari perusahaan (Rahi & Ghani, 2017).

2.2 Loyalitas Nasabah

Loyalitas nasabah adalah bentuk kewajiban yang kokoh terhadap pembelian atas suatu barang dan layanan perusahaan yang dilaksanakan secara konstan di waktu mendatang (Masadah, Asngadi, & Triono Singgih, 2020). Loyalitas nasabah merupakan salah satu faktor yang menentukan untuk dijadikan sebagai tolak ukur keberhasilan strategi suatu perusahaan dalam mempertahankan nasabahnya (Mashuri, 2020). Loyalitas nasabah sangat berhubungan kuat atas kepuasan nasabah karena ketika nasabah senang dengan pembelian barang produk atau jasa yang mereka terima dari perusahaan, mereka lebih mungkin untuk terus melakukan pembelian barang atau jasa suatu perusahaan yang sama.

Nasabah yang royal akan mengalami berbagai tingkatan, antara lain kognitif, afektif, konatif, dan inersia (Masadah et al., 2020). Makna konsep kognitif berhubungan atas informasi terhadap pengalaman nasabah. Konsep afektif dimaknai dengan pengembangan terhadap pemenuhan yang menyenangkan sehingga tercipta kepuasan nasabah. Konsep konatif dimaknai dengan komitmen dan kesetiaan nasabah dalam melaksanakan pembelian kembali terhadap barang dan jasa perusahaan yang sama. Sedangkan makna inersia atau tindakan berkaitan dengan kesiapan nasabah dalam melaksanakan pembelian barang dan jasa perusahaan secara berulang.

Pada dasarnya loyalitas nasabah adalah kunci keberhasilan perusahaan karena mengacu pada kesetiaan konsumen pada barang dan jasa perusahaan. Hal ini

ditandai dengan nasabah yang melakukan penggunaan produk atau jasa perusahaan secara berulang serta kepercayaan nasabah pada barang dan jasa perusahaan yang menjadikan nasabah tidak berpindah kepada perusahaan lain.

2.3 *Good Corporate Governance (GCG)*

Good Corporate Governance merupakan suatu ketentuan yang mengelola hubungan antara pelaku usaha, termasuk pemegang saham, kreditur, pemerintah, karyawan, serta pihak lain yang memiliki keperluan dalam dan luar yang berhubungan atas hak dan kewajibannya untuk dapat meningkatkan nilai saham perusahaan pada jangka panjang (Good et al., 2021). *Forum for Corporate Governance in Indonesia (FCGI)* mendeskripsikan *Good Corporate Governance* seperti seperangkat aturan tata kelola perusahaan yang digunakan dalam menetapkan hubungan antara pemangku kepentingan, seperti pengurus, kreditur, pemerintah, karyawan, serta para pemangku kepentingan internal dan eksternal lainnya (Ii & Pustaka, 2009).

Dari beberapa definisi yang telah diuraikan, maka *good corporate governance* adalah sistem tata kelola perusahaan yang dilakukan dalam mengatur dan menetapkan agar tercipta hubungan antara berbagai pihak pemangku kepentingan pada perusahaan.

Dalam pedoman umum *good corporate governance* atau tata kelola perusahaan yang baik pada Perbankan di Indonesia yang telah ditetapkan oleh Komite Nasional Kebijakan *Governance* (KNKG) yang menerapkan lima prinsip dasar *good corporate governance* yang sering disebut dengan TARIF, yaitu :

1. *Transparency* (Keterbukaan)

Pada prinsip *transparency* ini perusahaan perlu menyampaikan laporan yang tepat waktu, layak, jelas, akurat, serta dapat diperbandingkan dan diakses dengan mudah bagi pemangku kepentingan sesuai atas haknya. Informasi yang harus diberikan tak sedikit atas kepatuhan terhadap hal – hal yang berhubungan pada visi, misi, tujuan perusahaan, strategi perusahaan, kondisi keuangan serta hal penting yang berhubungan pada sistem implementasi tata kelola yang baik terhadap pemangku kepentingan perusahaan. Prinsip transparansi perusahaan tidak menurunkan tanggung jawab perusahaan untuk mematuhi dan memenuhi ketentuan dalam menjaga kerahasiaan perbankan sesuai pada undang-undang yang berlaku. Kebijakan perusahaan harus disusun secara tertulis dan dihubungkan pada pihak pemangku kepentingan yang berhak memperoleh informasi atas kebijakan tersebut.

2. *Accountability* (Akuntabilitas)

Pada prinsip *accountability* ini perusahaan perlu menegaskan bahwa seluruh karyawan pada perusahaan mampu untuk beradaptasi dan memiliki kompetensi untuk melaksanakan tugasnya sesuai dengan etika kerja yang telah disepakati serta memahami perannya dalam menerapkan GCG yang baik. Selain itu, perusahaan harus memastikan adanya *check and balance system* dalam pengelolaan perusahaan untuk menciptakan keefektifan dan menerapkan *reward and punishment system* pada setiap prosedur dan mekanisme kerja berdasarkan nilai-nilai perusahaan, tujuan perusahaan serta kebijakan perusahaan.

3. *Responsibility* (Pertanggung jawaban)

Prinsip *responsibility* bertujuan untuk menyeimbangkan tanggung jawab setiap aktivitas yang dilaksanakan bagi perusahaan yang perlu sesuai pada kebijakan perundang-undangan atas prinsip kehati – hatian dalam melaksanakan praktik perbankan yang sehat. Selain itu, perusahaan harus membuat kesepakatan perjanjian. Namun, tak tertentu atas pemenuhan hak serta kewajiban yang telah disepakati oleh berbagai pihak yang berkepentingan. Tanggung jawab sosial terhadap lingkungan masyarakat juga harus diperhatikan oleh perusahaan.

4. *Independency* (Independensi)

Prinsip *independency* pada perusahaan perlu diatur secara mandiri sehingga tidak terhasut pada aturan, tekanan atau kepentingan dari pihak manapun untuk mencegah insiden pengaruh yang tidak wajar. Namun, tetap berpegang teguh pada kebenaran sehingga dalam penetapan ketentuan dapat dilakukan secara objektif.

5. *Fairness* (Kewajaran)

Prinsip *fairness* yang diterapkan pada perusahaan harus selalu menjaga kualitas barang dan jasa perusahaan dengan memperhatikan kepentingan *stakeholder* atau pemangku kepentingan berdasarkan prinsip kesetaraan dan kewajaran. Perusahaan memberi peluang kepada pemangku kepentingan berupa masukan dan pendapat yang dapat disampaikan untuk kepentingannya sehingga nasabah terpenuhi haknya untuk mendapatkan pelayanan yang sesuai ketentuan perusahaan.

2.4 Tabel Penelitian Terdahulu

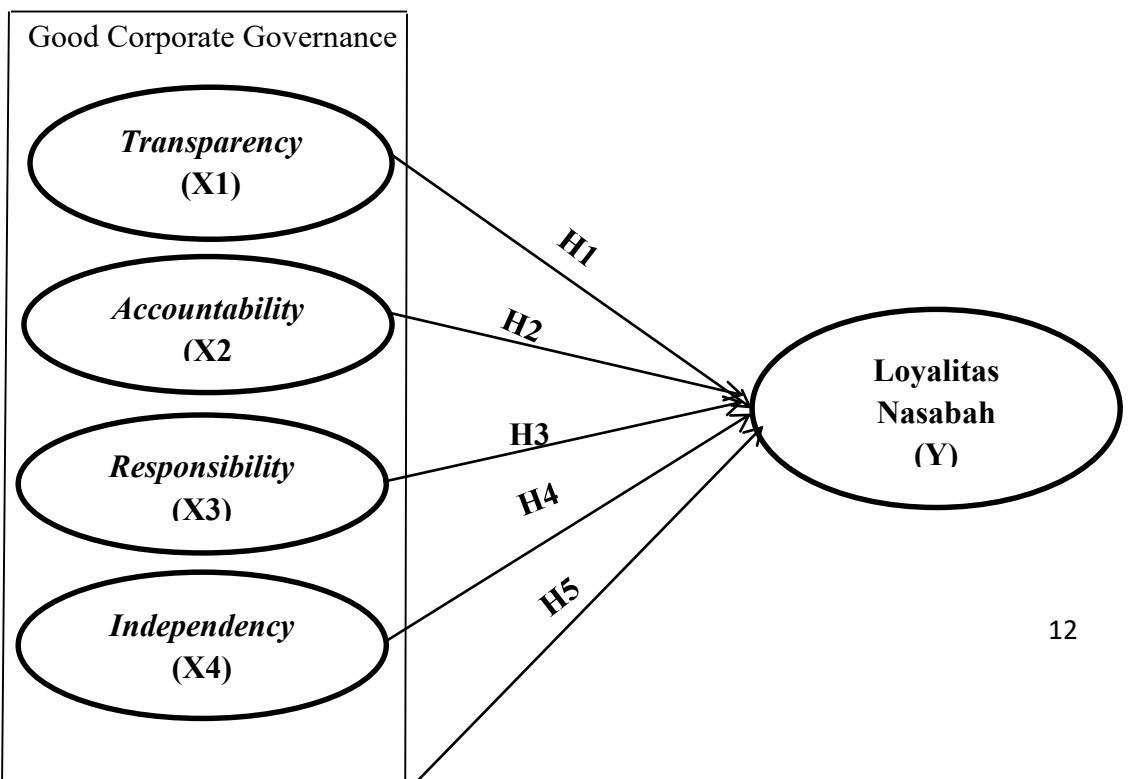
No	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	(Hasan, Fandi Ahmad, 2018)	Pengaruh Implementasi <i>Syariah Governance</i> Terhadap Loyalitas Nasabah	<i>Transparency, Accountability, Responsibility, Justice and Sharia Compliance</i> dan Loyalitas Nasabah	Transparansi, akuntabilitas, responsibilitas, kemandirian, keadilan dan <i>syariah compliance</i> secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Namun, secara parsial hanya variabel transparansi yang tidak berpengaruh signifikan

				terhadap loyalitas nasabah
2.	(Good et al., 2021)	Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia KC Kediri Trade Center	<i>Transparency, Accountability, Responsibility, Independency, Fairness</i> , dan Loyalitas Nasabah	<i>Transparency, Accountability, Responsibility, Independency</i> , dan <i>Fairness</i> secara parsial ada yang berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dan ada yang tidak berpengaruh seperti <i>accountability</i> dan <i>independency</i>
3.	(Rachmawati, 2019)	Persepsi Nasabah Tentang Kepatuhan Syariah dan <i>Good Corporate Governnce</i> Terhadap Loyalitas Nasabah BNI Syariah Kantor Cabang Surabaya	Kepatuhan Syariah, <i>God Corporate Governance</i> , Loyalitas Nasabah	Secara parsial variabel kepatuhan syariah tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Sedangkan secara simultan variabel <i>good corporate governance</i> berpengaruh terhadap loyalitas nasabah
4.	(Kurniawan, n.d.,2018)	Pengaruh Persepsi Nasabah Mengenai Kepatuhan Terhadap Prinsip Tata Kelola Perusahaan yang Baik Terhadap Reputasi Perbankan	<i>Transparency, Accountability, Responsibility, Independency, Fairness</i> , dan Reputasi	<i>Transparency, Accountability, Responsibility, Independency, Fairness</i> secara simultan berpengaruh terhadap reputasi perbankan. Namun, secara parsial hanya variable <i>independency</i> yang tidak berpengaruh terhadap reputasi perbankan
5.	(Nasabah & Umum, 2021)	<i>Good Corporate Governnce</i>	<i>Good corporate governance</i> ,	<i>Good corporate governance</i> tidak berpengaruh

		(GCG) Sebagai Faktor Penentu Loyalitas Nasabah Bank Umum Syariah	Loyalitas Nasabah	secara signifikan terhadap loyalitas nasabah
6.	(Usaha, Di, & Riau, 2018)	Pengaruh <i>Syariah Governance</i> Terhadap Kinerja Bank Syariah Dengan Loyalitas Nasabah Sebagai Variabel Mediasi	<i>Performance, Transparency, Accountability, Responsibility, Professional, Fairness dan Customer Loyalty</i>	<i>Transparency, Accountability, fairness</i> secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Namun secara parsial variabel <i>Responsibility, Professional,</i> yang tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Sumber : Berbagai Literasi

2.5 Kerangka Penelitian



Fairness
(X5)

Sumber : (Good et al., 2021)

2.6 Pengembangan Hipotesis

2.6.1 Pengaruh *Transparency* terhadap Loyalitas Nasabah

Adanya keterbukaan dengan disajikannya informasi yang relevan, akurat, dan mudah untuk diakses serta dapat disampaikan dengan bahasa yang mudah dipahami akan membuat nasabah merasakan kenyamanan pada layanan yang diberikan. Hal ini akan meningkatkan loyalitas nasabah maka nasabah tidak beralih pada perusahaan lain. Dengan adanya *transparency* loyalitas nasabah akan semakin meningkat. Penelitian Umam (2011) mengatakan bahwa *good corporate governance* berpengaruh terhadap loyalitas.

H1 : Terdapat pengaruh positif dari variabel *transparency* terhadap loyalitas nasabah.

2.6.2 Pengaruh *Accountability* terhadap Loyalitas Nasabah

Nasabah membutuhkan pelayanan yang dapat menyampaikan informasi secara jelas atas layanan barang serta jasa perusahaan yang diperlukan oleh nasabah sehingga memberikan pengaruh yang baik, seperti nasabah loyal pada perusahaan. Semakin *accountability* suatu perusahaan maka loyalitas nasabah akan semakin meningkat. Penelitian Umam (2011) mengatakan bahwa *good corporate governance* berpengaruh terhadap loyalitas.

H2 : Terdapat pengaruh positif dari variabel *accountability* terhadap loyalitas nasabah.

2.6.3 Pengaruh *Responsibility* terhadap Loyalitas Nasabah

Dalam menjalankan usahanya perusahaan khususnya perbankan harus menjaga prinsip kehati-hatian dan memastikan pelaksanaan peraturan yang mengatur. Selain itu, perbankan harus berperan sebagai perusahaan yang memperhatikan pada lingkungan sekitar. Perbankan patuh terhadap perundangan yang mengatur serta memiliki kekuatan hukum dan kepedulian terhadap lingkungan masyarakat maka dapat meningkatkan kepercayaan nasabah maka berdampak pada loyalitas nasabah. Semakin *responsibility* suatu perusahaan maka loyalitas nasabah semakin meningkat. Penelitian Umam (2011) mengatakan bahwa *good corporate governance* berpengaruh terhadap loyalitas.

H3 : Terdapat pengaruh positif dari variabel *responsibility* terhadap loyalitas nasabah.

2.6.4 Pengaruh *Independency* terhadap Loyalitas Nasabah

Perusahaan yang mampu menjalankan aktivitas usahanya secara profesional tanpa tekanan dari pihak manapun serta dapat melindungi kepentingan nasabah akan membuat nasabah merasakan keamanan dan

kenyamanan pada barang dan jasa perusahaan. Semakin *independency* suatu perusahaan maka loyalitas nasabah akan semakin meningkat. Penelitian Umam (2011) mengatakan bahwa *good corporate governance* berpengaruh terhadap loyalitas.

H4 : Terdapat pengaruh positif dari variabel *independency* terhadap loyalitas nasabah.

2.6.5 Pengaruh *Fairness* terhadap Loyalitas Nasabah

Pada perusahaan kewajaran berkaitan dengan keadilan untuk kepentingan semua *stakeholder* atau pemangku kepentingan. Perusahaan terutama perbankan yang semakin adil dan wajar akan menjadikan nasabah loyal pada perusahaan. Penelitian Umam (2011) menyatakan *good corporate governance* berpengaruh terhadap loyalitas.

H5 : Terdapat pengaruh positif dari variabel *fairness* terhadap loyalitas nasabah.

BAB III Metode Penelitian

3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2010), populasi merupakan kumpulan obyek atau subyek pada suatu wilayah yang memiliki karakteristik tertentu sehingga dapat dipelajari untuk dijadikan penelitian dan ditarik kesimpulan. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah nasabah yang menabung pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Tengah pada Kantor Cabang Utama Kota Semarang dengan jumlah 38.694.

3.2 Sampel dan Teknik Sampling

Sampel adalah sebagian dari total serta karakteristik populasi yang dapat diambil dengan prosedur tertentu sehingga dapat mewakili keseluruhan populasi (Siyoto, Sandu & Sodik, 2015). Pada penelitian ini, nasabah sebagai sampel untuk memahami pengaruh prinsip – prinsip *good corporate governance* terhadap loyalitas nasabah sehingga teknik sampling pada penelitian menggunakan teknik *Snowball Sampling*, dimana metode pengambilan sampel ini menggunakan sumber data yang awalnya berjumlah sedikit kemudian menjadi banyak karena responden yang ada memberikan rujukan untuk merekrut responden lainnya sebagai sampel untuk keperluan studi penelitian.

Peneliti menggunakan rumus slovin dalam penentuan sampel dengan populasi yang diketahui sejumlah 38.694 nasabah. Rumus slovin pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$\frac{1}{n} = \frac{e^2 N}{N^2 + e^2}$$

Keterangan :

n = sampel

N = jumlah populasi

e = margin eror 10% (0,1)

Maka =

$$\frac{1}{n} = \frac{0,1^2 \cdot 38.694}{38.694^2 + 0,1^2}$$
$$= \frac{0,01 \cdot 38.694}{1.496.177,56 + 0,01}$$
$$= \frac{386,94}{1.496.177,57}$$
$$= 0,00025856$$
$$n = \frac{1}{0,00025856}$$
$$= 3867,8$$
$$= 100$$

Kriteria pengambilan sampel antara lain:

1. Nasabah yang menabung pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Tengah Kantor Cabang Utama Kota Semarang.
2. Menjadi nasabah pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Tengah Kantor Cabang Utama Kota Semarang minimal 1 Tahun.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui kuisioner yang berisikan pertanyaan-pertanyaan terhadap responden agar mendapatkan data primer. Dalam penyusunan kuisioner tersebut dilakukan agar memahami pengaruhnya variabel yang akan diteliti dengan menggunakan skala pengukuran Likert. Skala likert adalah skala yang dipakai dalam memperkirakan persepsi, sikap serta pendapat seseorang terhadap variabel yang akan diteliti.

3.3 Definisi Operasional

No	Variabel Penelitian	Indikator	Skala	Sumber
1.	Loyalitas Nasabah	1. Kepercayaan nasabah. 2. Keyakinan nasabah. 3. Nasabah selalu menggunakan produk.	Skala Likert 1 – 5	(Good et al., 2021)
2.	<i>Good Corporate Governance</i>	1. <i>Transparency</i> (Keterbukaan) <ul style="list-style-type: none"> • Informasi yang tepat waktu. • Keterbukaan terhadap nasabah. • Komunikasi yang baik. 2. <i>Accountability</i> (Akuntabilitas) <ul style="list-style-type: none"> • Kemampuan beradaptasi. • Etika kerja yang baik. 3. <i>Responsibility</i> (Pertanggung Jawaban) <ul style="list-style-type: none"> • Kepedulian terhadap nasabah. • Tanggung jawab. • Hati – hati dalam melayani nasabah. 4. <i>Independency</i> (Independensi) <ul style="list-style-type: none"> • Tidak terpengaruh. • Hubungan. 5. <i>Fairness</i> (Kewajaran) <ul style="list-style-type: none"> • Kualitas. 		(Good et al., 2021)

		<ul style="list-style-type: none"> • Melayani nasabah sesuai ketentuan. 		
--	--	--	--	--

3.4 Teknis Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan analisis data primer yang merupakan data kuantitatif yang diperoleh dari sumber objek penelitian atau responden dengan menyebarkan kuesioner yang kemudian diolah dengan metode statistik pada aplikasi SPSS Statistic 22 untuk dijadikan sebagai dasar acuan dalam pengambilan keputusan.

3.4.1 Uji Kualitas Data

3.4.1.1 Uji Validitas

Menurut (Ghozali, 2018) Uji Validitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui ketepatan validnya sebuah kuesioner. Perhitungan pada uji validitas bisa dikatakan valid apabila perbandingan antara R hitung $>$ R tabel pada tingkat signifikansi 5%. Sebaliknya, uji validitas bisa dikatakan tidak valid apabila perbandingan antara R hitung $<$ R tabel pada tingkat signifikansi 5%.

3.4.1.1.2 Uji Reliabilitas

Menurut (Ghozali, 2018) Uji Reliabilitas merupakan alat pengujian yang digunakan dalam membuktikan konsistensi indikator atau variabel penelitian. Perhitungan dalam uji reliabilitas diuji menggunakan analisis reliabilitas berdasarkan nilai *Alpha Cronbach*, variabel bisa dinyatakan reliabel apabila hasil nilai *Alpha Cronbach* $>$ 0,70.

3.4.2 Uji Asumsi Klasik

3.4.2.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas memiliki tujuan dalam memahami seberapa normal atau tidaknya sebaran distribusi pada penelitian (Ghozali, 2018). Perhitungan dalam uji normalitas menggunakan teknik *Kolmogrov-Smirnov* dalam program aplikasi SPSS. Data distribusi dapat dikatakan normal apabila nilai probabilitas (sig) $>$ 0,05. Sedangkan, data distribusi dapat dikatakan tidak normal apabila nilai probabilitas (sig) $<$ 0,05.

3.4.2.1.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas memiliki fungsi untuk menguji ketidaksamaan variance dan nilai residual antara satu pengamatan dengan pengamatan lain dengan memakai metode regresi (Ghozali, 2018). Nilai signifikan $>$ 0,05 dapat dikatakan tidak terjadi heterokedastisitas.

3.4.2.1.3 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk memeriksa model regresi terdapat hubungan antar variabel bebas atau independen.

Menurut (Ghozali, 2018) model regresi dapat dikatakan baik jika sebaiknya tidak terdapat hubungan pada variabel independen. Pada Uji Multikolinearitas bisa dikatakan terdapat multikolinearitas dalam data apabila nilai *tolerance* < 0.10 dan nilai *Varian Inflation Factor* (VIF) > 10.

3.4.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan alat analisis yang dipakai dalam mengukur adanya pengaruh dua variabel bahkan lebih variabel independen pada satu variabel dependen (Ghozali, 2018). Analisis ini dipakai pada penelitian ini karena data yang dipergunakan mendukung data numerik dan memiliki beberapa variabel independen. Pada analisis penelitian ini diperlukan dalam menguji pengaruh *good corporate governance* terhadap loyalitas nasabah. Loyalitas nasabah dalam analisis ini sebagai variabel dependen dan pengaruh *good corporate governance* sebagai variabel independen.

Rumus :
$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + \varepsilon$$

Keterangan :

- Y = Loyalits Nasabah
- a = Konstanta
- b₁, b₂, b₃, b₄, b₅ = Koefisien regresi
- X₁ = *Transparency*
- X₂ = *Accountability*
- X₃ = *Responsibility*
- X₄ = *Independency*
- X₅ = *Fairness*
- ε = Error

3.4.3.1.1 Uji Hipotesis pada Uji Parsial (Uji T)

Analisis uji parsial atau uji T untuk mengecek antara variabel bebas secara parsial pada variabel terikat. Bisa diamati jika sig < 0,05 maka variabel independen memiliki pengaruh secara parsial pada variabel dependen atau hipotesis diterima. Namun, jika sig > 0,05 maka variabel independen tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen atau hipotesis tidak diterima (Ghozali, 2018).

Rumus :
$$t = \frac{r}{\sqrt{\frac{1-r^2}{n}}}$$

Keterangan :

- t = Distribusi t
- r = Koefisien korelasi parsial
- r² = Koefisien determinasi
- n = jumlah data

3.4.3.1.2 Uji Hipotesis pada Uji Simultan (Uji F)

Analisis uji simultan atau uji F diperlukan dalam mengecek hipotesis secara serentak antara variabel independen pada variabel dependen. Bisa diketahui apabila sig pada tabel anova dalam SPSS, jika $\text{sig} < 0,05$ sehingga bisa dikatakan variabel independen berpengaruh secara simultan antara variabel independen dengan variabel dependen. Namun, jika $\text{sig} > 0,05$ bisa dikatakan variabel independen tidak berpengaruh secara simultan antara variabel independen dengan variabel dependen (Ghozali, 2018)

Rumus :

Keterangan :

R^2 = Koefisien determinasi

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah anggota data atau kasus

3.4.3.1.3 Uji Hipotesis dengan Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Analisis koefisien determinasi (Uji R^2) bisa diketahui dengan melihat *Model Summary* terdapat nilai *Adjusted Square* untuk dapat mengetahui seberapa handal kemampuan model regresi dalam menjelaskan variabel independen yang mempengaruhi pada variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berada diantara satu dengan nol, yaitu semakin mendekati satu artinya semakin banyak informasi yang dijabarkan pada variabel independen untuk dapat mendeskripsikan variabel dependen (Ghozali, 2018).

Rumus : $Kd = r^2 \times 100\%$

Keterangan :

Kd = Koefisien determinasi

r^2 = Koefisien korelasi

DAFTAR PUSTAKA

- Afif, H. T., Putra, D., Mahardika, K., & Si, M. (2019). *PENGARUH PENERAPAN MANAJEMEN RISIKO TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERBANKAN (STUDI PADA 10 BANK TERBESAR DI INDONESIA BERDASARKAN TOTAL ASET TAHUN 2017 PERIODE 2013-2017) EFFECT OF IMPLEMENTATION OF RISK MANAGEMENT ON BANKING FINANCIAL PERFORMANCE (STUDY ON THE 10 BIGGEST BANKS IN INDONESIA BASED ON TOTAL ASSETS ON 2017 PERIOD 2013-2017)*. 6(1), 683–693.
- Akuntansi, J., & Bisnis, D. A. N. (2019). *Jurnal Program Studi Akuntansi PENGARUH GOOD CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP*. 5(November), 160–169. <https://doi.org/10.31289/jab.v5i2.2694>
- Almaidah, S. (n.d.). *Efek Mediasi Kepercayaan.....* . Siti Almaidah. 10, 1–26.
- Anindiansyah, G., Sudiyatno, B., Puspitasari, E., & Susilawati, Y. (2020). *PENGARUH CAR , NPL , BOPO , DAN LDR TERHADAP ROA DENGAN NIM SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA BANK YANG GO PUBLIK DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE TAHUN 2015-2018)*. 978–979.
- Ayu, I. G., Ambarawati, D., & Abundanti, N. (2018). *PENGARUH CAPITAL ADEQUACY RATIO , NON PERFORMING LOAN , LOAN TO DEPOSIT RATIO TERHADAP RETURN ON ASET Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana , Bali , Indonesia Perekonomian secara keseluruhan mendapat manfaat dari keberadaan suatu bank . Menurut Undang – Undang Perbankan Nomor 10 Tahun 1998 yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan ke masyarakat dalam bentuk kredit dengan tujuan dapat taraf hidup masyarakat dapat meningkat . Dalam menjalankan aktifitasnya bank memiliki fungsi dalam menjembatani keuangan antara pihak yang memiliki dana berlebih terhadap pihak yang mengalami kekurangan pendanaan . Selain itu , bank juga berfungsi sebagai lembaga intermediasi membuat bank memiliki kedudukan yang sangat strategis , yaitu sebagai penunjang kelancaran sistem pembayaran , pelaksanaan kebijakan moneter dan alat pencapaian stabilitas keuangan , sehingga diperlukan perbankan yang sehat , transparan dan dapat Bank merupakan perusahaan yang bergerak dalam usaha jasa , yang mana kepercayaan masyarakat akan menempati porsi yang sangat besar dalam menjaga kelangsungan hidupnya . Perkembangan sebuah bank sangat dipengaruhi oleh tingkat kepercayaan para nasabahnya Kinerja terhadap sangat bank (Shamsuddoha & Alamgir , 2014) . perbankan mempengaruhi kepercayaan masyarakat , kinerja tersebut dinilai berdasarkan kesehatan bank dan juga usaha manajemen dalam melakukan setiap antisipasi terhadap perubahan lingkungan yang terjadi . Tingkat kesehatan bank merupakan penilaian terhadap laporan keuangan bank yang disesuaikan dengan standar Bank Indonesia yang mencerminkan kondisi*. 7(5), 2410–2441.
- Exchange, S. (2021). *The Effect of NPL , GCG Self Assessment , ROA , and CAR on Firm Value (Empirical Study on Commercial Banks listed on the Indonesia Nilai Perusahaan Perbankan Tahun 2017-2019*. 1(2), 111–124. <https://doi.org/10.47153/afs12.1352021>
- Good, P., Governance, C., Nasabah, L., Syariah, B., & Kc, I. (2021). *Pengaruh good*

corporate governance terhadap loyalitas nasabah bank syariah indonesia kc kediri trade center. 2.

- Hasan, Fandi Ahmad, A. dan J. (2018). E-JRA Vol. 07 No. 01 Agustus 2018 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang. *E-JRA Vol. 07 No. 01 Agustus 2018*, 07(01), 32–45.
- Ii, B. A. B., & Pustaka, T. (2009). *Lihat Undang-Undang Nomor 10 tahun 1988* 11. 11–29.
- Iii, B. A. B., Tempat, A., Penelitian, W., & Penelitian, T. (2018). (*sharia compliance*). 36–61.
- Islam, U., Uin, N., Ali, S., & Tulungagung, R. (2022). *LOYALITAS NASABAH*. 3(1), 29–42.
- Iv, B. A. B. (2006). *No Title*. (7), 40–69.
- Kualitas, A., Terhadap, P., Nasabah, L., Bank, P., Cabang, J., & Sampangan, P. (2019). *Jumlah Bank Umum 2015-2017*. 16(2302), 49–63.
- Kurniawan, A. (n.d.). *No Title*.
- Masadah, Asngadi, & Triono Singgih, C. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Syariah Di Kabupaten Jombang Yang Dimediasi Variabel Kepuasan. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 3(2), 197–208. [https://doi.org/10.25299/jtb.2020.vol3\(2\).5808](https://doi.org/10.25299/jtb.2020.vol3(2).5808)
- Masalah, A. L. B. (2007). *BAB I PENDAHULUAN A. Latar Belakang Masalah*.
- Mashuri. (2020). Analisis Dimensi Loyalitas Pelanggan. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 9(1), 54–64.
- Nansi, M. R., & Airawaty, D. (2021). *ANALISIS PERBANDINGAN KINERJA KEUANGAN PT BANK BPD DIY DAN PT BANK BPD JAWA TENGAH 2017-2019 COMPARATIVE FINANCIAL PERFORMANCE ANALYSIS OF PT BANK BPD DIY AND PT BANK BPD JAWA TENGAH 2017-2019*. 7(2).
- Nasabah, L., & Umum, B. (2021). *1, 2, 3*. 7(2), 145–162.
- Rachmawati, L. (2019). *View metadata, citation and similar papers at core.ac.uk*. 2, 162–169.
- Regresi, U., Berganda, L., & Governance, G. C. (2020). *Volume 3 Nomor 3, Tahun 2020 PERSEPSI NASABAH TENTANG IMPLEMENTASI SHARIAH COMPLIANCE DAN GOOD CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP Abstrak*. 3, 44–53.
- Usaha, U., Di, S., & Riau, P. (2018). *No Title*. 26(September), 147–163.
- Utara, S. K., Keuangan, K., Prinsip-prinsip, P., Governance, G. C., & Akuntansi, E. (n.d.). *Ni Luh Putu Hendrayanti 2 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Indonesia*. 2281–2295.
- Yaqin, A., & Ilfitriah, A. M. (2014). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS NASABAH BANK PENGGUNA E-BANKING DI SURABAYA*. 4(2), 245–260.