

Pengaruh Penyaluran Kredit, Non Performing Loan , Corporate Social Responbility , Dan Digital Banking Terhadap Bank Sumut Kcp Sei Sikambing C , Medan

Ema Ranika Sihombing¹, Desinta Margaretha Sinurat² , Benny Rojeston Marnaek Nainggolan^{3*}, Dokman Marulitua Situmorang⁴

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Prima Indonesia

⁴Institut Teknologi dan Bisnis Kristen Bukit Pengharapan

E-mail: benny.bppk@gmail.com

ABSTRACT

Perkembangan teknologi berperan signifikan dalam mendorong transformasi digital di industri perbankan. Implementasi digital banking memberikan kemudahan bagi nasabah dalam berinteraksi dengan institusi keuangan, khususnya dalam layanan penyaluran kredit, pengelolaan *Non-Performing Loan* (NPL), pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR), serta berbagai aspek lainnya, tanpa mengharuskan kehadiran fisik di kantor cabang bank. Dengan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dampak penyaluran kredit, *Non-Performing Loan* (NPL), *Corporate Social Responsibility* (CSR), serta digital banking terhadap customer retention di Bank Sumut KCP Sei Sikambing. Populasi dalam penelitian ini terdiri dari 50 responden. Teknik pengambilan sampel yang diterapkan dalam penelitian ini adalah metode probabilitas sampling. Dalam model penelitian ini, customer retention berperan sebagai variabel dependen, sedangkan variabel independennya mencakup penyaluran kredit, *Non-Performing Loan* (NPL), *Corporate Social Responsibility* (CSR), dan digital banking. Pendekatan yang digunakan adalah survei kuantitatif dengan analisis data yang dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 2020. Berdasarkan hasil analisis uji t, ditemukan bahwa penyaluran kredit berkontribusi positif terhadap customer retention. Selain itu, variabel *Non-Performing Loan* (NPL), *Corporate Social Responsibility* (CSR), serta digital banking juga terbukti memberikan pengaruh positif terhadap customer retention.

Kata kunci: *penyaluran kredit, non performing loan, corporate social responsibility dan digital banking dan customer retention*

INTRODUCTION

Menurut para ahli, mahasiswa perlu memahami tentang perbankan untuk mengelola keuangan pribadi, mengambil keputusan investasi yang cerdas, dan memahami bagaimana perbankan berperan dalam perekonomian. Studi menarik dan relevan ini, “Pengaruh Penyaluran Kredit, Non Performing Loan, Corporate Social Responsibility dan Digital Banking terhadap Customer Retention di Bank Sumut KCP Sei Sikambing C” Ingin mengetahui pengetahuan yang terus berkembang di bidang akuntansi. Tujuan studi ini adalah untuk menyelidiki apa yang menarik mahasiswa akuntansi untuk mengetahui dunia perbankan. Aspek penting dari fenomena yang diteliti ini meliputi:

1. Penyaluran Kredit : Penelitian ini mengkaji mahasiswa untuk mengetahui semakin besar jumlah kredit yang dicairkan, semakin tinggi pula potensi risiko kredit bermasalah akibat keterlambatan atau kegagalan pembayaran sesuai dengan perjanjian yang telah ditetapkan
2. Non Performing Loan: NPL mencerminkan persentase dari total kredit yang masuk dalam kategori bermasalah atau tidak lancar dibandingkan dengan keseluruhan kredit yang telah disalurkan oleh bank
3. Corporate Social Responsibility : Mahasiswa lebih tau peran dalam memperkuat strategi perusahaan, khususnya dalam mendukung berbagai produk dan layanan Bank Sumut, seperti kredit, simpanan, serta pengembangan organisasi secara keseluruhan.
4. Digital Banking : memberikan kemudahan bagi nasabah dalam mengakses berbagai informasi perbankan, berkomunikasi dengan pihak bank, serta melakukan berbagai jenis transaksi keuangan secara lebih praktis dan efisien.
5. Customer Retention: Mahasiswa akuntansi lebih mengetahui cara bank untuk mempertahankan nasabahnya

LITERATURE REVIEW

Customer Retention

Menurut Lompoliuw et al. (2019: 115), *Customer Retention* yakni upaya yang bertujuan untuk mempertahankan loyalitas pelanggan terhadap suatu perusahaan sehingga mereka terus melakukan pembelian ulang atau kembali menggunakan layanan yang disediakan. Dalam hal ini, komitmen memiliki peranan krusial dalam membentuk perilaku pelanggan, khususnya dalam menciptakan hubungan jangka panjang yang lebih bermakna antara perusahaan dan pelanggan. Berdasarkan hal tersebut, menarik pelanggan baru saja tidak cukup bagi suatu perusahaan. Untuk mempertahankan dan mengembangkan bisnisnya, perusahaan harus memprioritaskan strategi dalam menjaga loyalitas pelanggan dengan membangun komitmen yang solid terhadap mereka. Meningkatnya tingkat retensi pelanggan secara langsung akan berkontribusi pada pertumbuhan jumlah pelanggan yang dimiliki

oleh perusahaan.

Penyaluran Kredit

Menurut Andrianto (2020:1), istilah "kredit" berasal dari kata *credere*, yang memiliki makna kepercayaan atau *to believe / to trust*. Dengan demikian, kredit pada dasarnya mengandung unsur kepercayaan yang diberikan oleh bank kepada nasabah agar dapat memanfaatkan fasilitas kredit secara bertanggung jawab. Akibatnya, keberhasilan bank dalam menjalankan fungsinya sangat ditentukan oleh efisiensi dan efektivitas proses distribusi kreditnya. Keberhasilan ini bergantung pada kemampuan bank untuk membina hubungan yang kuat antara penyedia dana dan peminjam, dengan kepercayaan berfungsi sebagai komponen fundamental dari mekanisme keuangan.

Non Performing Loan

Menurut Sorongan (2020), Non-Performing Loan (NPL) merupakan indikator yang digunakan untuk menilai tingkat risiko bisnis perbankan, terutama dalam mengukur besarnya potensi kredit bermasalah. Pemberian kredit tanpa analisis yang matang dapat membahayakan bank, karena berisiko menerima data fiktif dari nasabah, yang menyebabkan kredit tersebut tidak layak diberikan. Kesalahan dalam analisis kredit dapat berakibat pada meningkatnya kredit macet, sehingga bank perlu mengambil langkah-langkah penyelamatan. Sejalan dengan hal tersebut, Firmansyah & Fernos (2019) menyatakan bahwa penyebab utama kredit macet adalah kurangnya ketelitian bank dalam menganalisis latar belakang atau profil calon nasabah.

Corporate Social Responsibility

Ahmad Lamo Said (2018:23) menyatakan bahwa CSR menjadi salah satu strategi yang digunakan perusahaan untuk membangun citra positif di mata publik melalui berbagai aktivitas sosial, baik di dalam internal organisasi maupun di lingkungan eksternal. Kegiatan yang bersifat eksternal umumnya diwujudkan dalam bentuk kerja sama dengan pihak-pihak terkait (stakeholders) sebagai wujud kepedulian perusahaan terhadap masyarakat serta lingkungan sekitar.

Berdasarkan temuan penelitian tersebut, konsistensi serta kualitas dalam penerapan CSR menjadi aspek yang harus terus dijaga dan ditingkatkan oleh perusahaan. Komitmen dalam menjalankan tanggung jawab sosial yang baik dapat membentuk persepsi positif terhadap perusahaan, yang pada akhirnya meningkatkan kepercayaan dan loyalitas nasabah terhadap layanan perbankan. Dalam industri perbankan yang semakin kompetitif, loyalitas nasabah berperan krusial, tidak hanya untuk mempertahankan stabilitas bisnis dalam jangka pendek, tetapi juga untuk memastikan keberlanjutan keunggulan kompetitif perusahaan.

Digital Banking

Laporan penelitian oleh Kahveci dan Wolfs (2018) menegaskan bahwa perbankan harus mengalokasikan investasi pada teknologi informasi guna memperkuat layanan digital banking. Upaya ini memiliki dua tujuan utama, yakni menekan biaya operasional serta meningkatkan kualitas layanan demi memenuhi harapan nasabah.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa layanan perbankan digital harus terus berinovasi dalam penerapan teknologi modern, dengan tetap mengutamakan interaksi yang baik dengan nasabah. Aspek

ini berperan penting dalam menentukan strategi pemasaran bank, baik dalam menarik nasabah baru maupun menjaga hubungan dengan pelanggan yang sudah ada. Dalam konteks ini, retensi nasabah dinilai lebih efektif sebagai strategi pemasaran, sehingga bank syariah perlu memprioritaskan pendekatan yang berfokus pada peningkatan loyalitas pelanggan.

Research Hypotheses

Hipotesa studi yang diajukan ialah:

H1 : Penyaluran Kredit berpengaruh parsial terhadap *Customer Retention*

H2 : CSR berpengaruh parsial terhadap *Customer Retention*

H3 : NPL berpengaruh parsial terhadap *Customer Retention*

H4 : Digital Banking berpengaruh parsial terhadap *Customer Retention*

Y : Penyaluran Kredit , CSR , NPL , Digital Banking berpengaruh simultan terhadap *Customer Retention*

METHODS

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian survei, yang merupakan salah satu metode dalam pendekatan kuantitatif. Studi ini dilakukan dengan mengumpulkan data dan menganalisisnya secara statistik secara objektif berdasarkan perhitungan ilmiah. Sampel dalam penelitian ini mencakup nasabah prioritas serta nasabah reguler di PT Bank Sumut KCP Sei Sikambing, Medan.

Menurut Sugiyono (2018:456), data sekunder adalah informasi yang dikumpulkan secara tidak langsung dari objek penelitian. Data ini diperoleh melalui perantara atau sumber lain, seperti dokumen tertentu maupun individu yang memiliki hubungan dengan penelitian. Dalam penelitian ini, data sekunder diperoleh dari berbagai sumber referensi, termasuk buku, jurnal, dan artikel yang berkaitan dengan topik yang diteliti.

Uji Multikolinieritas

- Jika VIF memiliki nilai lebih besar dari 10 dan nilai toleransi lebih kecil dari 0,10, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat multikolinieritas di dalam model.
- Sebaliknya, jika VIF bernilai kurang dari 10 dan nilai toleransi lebih besar dari 0,10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat multikolinieritas dalam model penelitian.

Uji Heteroskedastitas

- Apabila titik-titik tersebut menyusun suatu pola yang teratur, seperti menyerupai gelombang yang mengalami pelebaran dan penyempitan, maka kondisi ini menunjukkan adanya heteroskedastisitas.
- Sebaliknya, apabila titik-titik tersebut tersebar secara acak tanpa pola yang jelas serta terdistribusi merata di sekitar angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terdapat indikasi adanya heteroskedastisitas.

Uji Normalitas

Untuk memastikan bahwa residual dalam suatu penelitian memiliki distribusi normal yang merupakan asumsi fundamental dalam berbagai analisis variabel lainnya dilakukan pengujian normalitas (Ghozali, 2018). Adapun kriteria yang digunakan dalam pengujian normalitas yakni :

a. **Histogram Normal** – Histogram adalah diagram batang yang menggambarkan distribusi data (Goetsch, 2006). Jika histogram menunjukkan distribusi simetris yang tidak condong ke kanan atau kiri dan menunjukkan lonceng kurva, maka data dikatakan terdistribusi normal.

b. **P-P Plot of Regression Standardized Residual** – Jika grafik P-P Plot membentuk garis lurus diagonal dengan titik-titik yang tersebar di sekitar garis tersebut dan mengikuti arahnya, maka residual dapat dikatakan memiliki distribusi normal.

Analisis Koefisien Determinasi Uji R²

- Analisis koefisien determinasi (R²) semakin mendekati angka 1 nilai R² yang diperoleh, semakin tinggi tingkat akurasi model dalam menggambarkan hubungan antara kedua variabel.
- Sebaliknya, apabila nilai R² cenderung mendekati nol, maka variabel bebas kurang mampu menjelaskan variabel terikat secara memadai.

Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T)

- Jika t-hitung > t-tabel dan p-value < 0,05, variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- Jika t-hitung < t-tabel dan p-value > 0,05, variabel independen tidak berpengaruh signifikan.

Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

- Jika F-hitung > F-tabel dan p-value ≤ 0,05, variabel independen berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel dependen.
- Jika F-hitung < F-tabel dan p-value > 0,05, variabel independen tidak berpengaruh signifikan secara simultan.

RESULTS

Karakteristik Responden

Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	23	46%
Perempuan	27	54%
Total	50	100%

Sumber: Data Primer, 2024

jumlah responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini adalah 50 orang. Diantaranya, 23 orang adalah laki-laki, yang merupakan 46% dari total sampel, sedangkan 27 responden sisanya adalah perempuan, yang merupakan 54%. Hal ini mengindikasikan bahwa mayoritas responden dalam penelitian tersebut adalah perempuan. Tingginya proporsi responden perempuan disebabkan oleh

kenyataan bahwa sebagian besar permohonan kredit di Bank Sumut KCP Sei Sekambang diajukan oleh perempuan yang bekerja di usaha mikro dan menengah di wilayah tersebut.

Umur Responden

Umur	Jumlah	Persentase
18-25	11	22
26-35	21	42
36-40	11	22
40 >	7	14
Total	50	100%

Sumber: Data Primer, 2024

dapat diketahui bahwa total jumlah responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini adalah 50 orang. Responden tersebut dikategorikan berdasarkan usia, dengan rincian sebagai berikut: sebanyak 11 orang berusia 18–25 tahun serta 36–40 tahun, masing-masing mewakili 22% dari total responden. Selanjutnya, kelompok usia 26–35 tahun terdiri dari 21 orang atau 42% dari keseluruhan responden. Sementara itu, sebanyak 7 responden berusia lebih dari 40 tahun tercatat melakukan aktivitas kredit di Bank Sumut KCP Sei Sekambang, dengan persentase sebesar 14%

Hasil Pengujian Instrumen Penelitian (Validitas dan Reliabilitas)

Hasil Uji Validitas Instrumen

No Item	Rhitung	rtabel	Kriteria	No Item	Rhitung	rtabel	Kriteria
<i>Corporate Social Responsibility (X3)</i>							
X3.1	0,565	0,2787	Valid	X3.6	0,618	0,2787	Valid
X3.2	0,603	0,2787	Valid	X3.7	0,477	0,2787	Valid
X3.3	0,565	0,2787	Valid	X3.8	0,607	0,2787	Valid
X3.4	0,603	0,2787	Valid	X3.9	0,421	0,2787	Valid
X3.5	0,421	0,2787	Valid	X3.10	0,618	0,2787	Valid
<i>Digital Banking (X4)</i>							
X4.1	0,701	0,2787	Valid	X4.6	0,482	0,2787	Valid
X4.2	0,482	0,2787	Valid	X4.7	0,543	0,2787	Valid
X4.3	0,543	0,2787	Valid	X4.8	0,718	0,2787	Valid
X4.4	0,718	0,2787	Valid	X4.9	0,426	0,2787	Valid
X4.5	0,701	0,2787	Valid	X4.10	0,701	0,2787	Valid
<i>Customer Retention (Y)</i>							
Y1	0,789	0,2787	Valid	Y6	0,447	0,2787	Valid
Y2	0,663	0,2787	Valid	Y7	0,449	0,2787	Valid
Y3	0,789	0,2787	Valid	Y8	0,512	0,2787	Valid
Y4	0,663	0,2787	Valid	Y9	0,350	0,2787	Valid
Y5	0,628	0,2787	Valid	Y10	0,486	0,2787	Valid

No Item	Rhitung	rtabel	Kriteria	No Item	Rhitung	rtabel	Kriteria
---------	---------	--------	----------	---------	---------	--------	----------

Sumber: Data Primer, 2024

Suatu instrumen penelitian dapat dikatakan valid apabila nilai koefisien korelasi Pearson Product Moment (r) melebihi 0,3, yang merupakan ambang batas minimum untuk memastikan adanya korelasi yang sah (Sugiyono, 2016:178). Dalam penelitian ini, sebanyak 22 indikator telah diuji terhadap 30 responden, yakni nasabah prioritas Bank Sumut KCP Sei Sikambing. Hasil analisis menunjukkan bahwa seluruh variabel memenuhi kriteria validitas karena memiliki nilai korelasi di atas 0,3.

Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

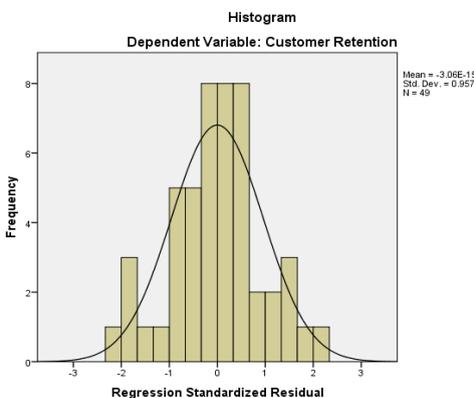
Variabel	AlphaCronbach	Keterangan
Corporate Social Responsibility (X3)	0,773	Reliabel
Digital Banking (X4)	0,746	Reliabel
Customer Retention (Y)	0,714	Reliabel

Sumber : Data Primer, 2024

Dalam penelitian ini, reliabilitas instrumen diuji menggunakan koefisien Cronbach’s Alpha. (Sugiyono, 2018:178) melalui perangkat lunak SPSS versi 25.0. Instrumen dianggap reliabel jika memiliki nilai koefisien reliabilitas (r) > 0,6. Dengan demikian, indikator yang memenuhi standar reliabilitas dapat digunakan dan disebarkan kepada responden.

Uji Asumsi Klasik

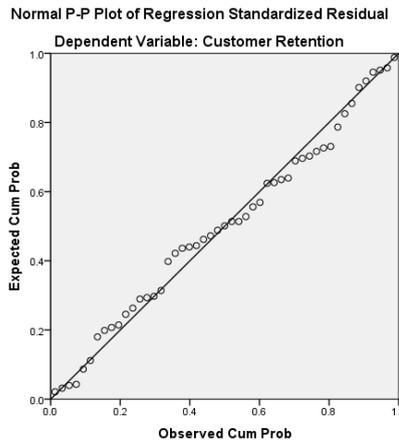
Uji Normalitas



Uji Normalitas Data Dengan Pendekatan Histogram

Sumber: data diolah SPSS, 25, 2024

mengilustrasikan bahwa model regresi yang diterapkan memiliki distribusi yang bersifat normal. Hal tersebut dapat diamati dari bentuk histogram yang simetris, tanpa kecenderungan miring ke salah satu sisi, sehingga distribusi data dapat dianggap memenuhi asumsi normalitas.



Uji normalitas dengan grafik *normal probability plot*

Sumber: Data Diolah SPSS 25, 2024

menunjukkan hasil uji normalitas dengan pendekatan grafik. Dari gambar tersebut, dapat disimpulkan bahwa data memiliki distribusi yang normal, yang terlihat dari titik-titik yang tersebar di sekitar sumbu diagonal pada grafik.

Uji Multikolenaritas

Hasil Uji Multikolenaritas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Corporate Social Responsibility	.594	1.685
	Digital Banking	.653	1.530
	Penyaluran Kredit	.685	1.460
	NPL	.886	1.129

a. Dependent Variable: Customer Retention

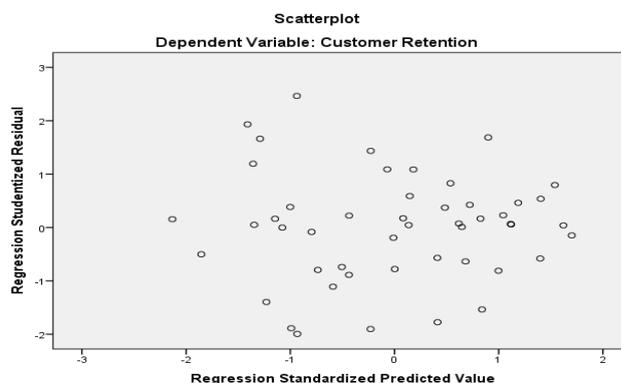
Sumber: Data Diolah SPSS 25, 2024

di atas merupakan hasil uji multikolenaritas yang diperoleh dari nilai Tolerance Penyaluran Kredit (X_1) (0.685), NPL (X_2) (0.886), CSR (X_3) (0.594), $Digital Banking$ (X_4) (0.653) > (lebih besar dari) 0,1. Untuk nilai VIF Penyaluran Kredit (X_1) (1,460), NPL (X_2) (1,530), CSR (X_3) (1,685), Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai Variance Inflation Factor (VIF) untuk variabel Digital Banking (X_4) adalah 1,129, yang lebih kecil dari ambang batas 10. Berdasarkan kriteria yang umum digunakan dalam analisis regresi, nilai VIF yang berada di bawah 10 mengindikasikan tidak adanya masalah multikolenaritas di antara variabel bebas dalam model. Secara optimal dalam memprediksi variabel dependen tanpa adanya gangguan dari hubungan antarvariabel bebas yang terlalu tinggi.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas mendeteksi perbedaan varians residual antar pengamatan, salah satunya dengan

scatterplot.



Hasil Uji Heterokedastisitas dengan *Scatterplot*

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.627	.414		11.171	.000
1 Corporate Social Responsibility	.291	.012	.316	23.490	.000
Digital Banking	.566	.011	.716	53.046	.000
Penyaluran Kredit	.041	.063	.011	3.648	.020
NPL	3.119	.083	.556	37.453	.000

a. Dependent Variable: Customer Retention

didapatkan model persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 4.627 - 0,041X_1 + 3,119X_2 + 0,291X_3 + 0,566X_4 + e$$

1. Nilai konstanta (a) sebesar 4,627 menunjukkan bahwa jika variabel Penyaluran Kredit (X1), NPL (X2), Corporate Social Responsibility (X3), dan Digital Banking (X4) tetap konstan (ceteris paribus), maka nilai customer retention akan tetap sebesar 4,627.
2. Nilai koefisien regresi (β1) sebesar -0,041 menunjukkan bahwa jika variabel Penyaluran Kredit (X1) tetap, maka setiap peningkatan satu satuan dalam Penyaluran Kredit akan menyebabkan penurunan customer retention sebesar 0,041 satuan.
3. Nilai koefisien regresi (β2) sebesar 3,119 menunjukkan bahwa jika variabel NPL (X2) tetap, maka setiap peningkatan satu satuan dalam NPL akan meningkatkan customer retention sebesar 3,119 satuan.
4. Nilai koefisien regresi (β3) sebesar 0,291 menunjukkan bahwa jika variabel Corporate Social Responsibility (X3) tetap, maka setiap peningkatan satu satuan dalam Corporate Social Responsibility akan meningkatkan customer retention sebesar 0,291 satuan.

5. Koefisien $\beta_4 = 0,566$ berarti setiap kenaikan 1 satuan Digital Banking meningkatkan customer retention 0,566 satuan.

Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

**Hasil Regresi Linear Berganda
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.627	.414		11.171	.000
1 Corporate Social Responsibility	.291	.012	.316	23.490	.000
Digital Banking	.566	.011	.716	53.046	.000
Penyaluran Kredit	.041	.063	.011	3.648	.020
NPL	3.119	.083	.556	37.453	.000

a. Dependent Variable: Customer Retention

1. Variabel penyaluran kredit memiliki koefisien (β_1) = 0,041 dengan nilai thitung (3,648) lebih kecil dari ttabel (2,01) dan tingkat signifikansi sebesar $0,020 < 0,05$. Hal ini mengindikasikan bahwa variabel penyaluran kredit berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap customer retention pada nasabah Bank Sumut KCP Sei Sekambing.
2. Variabel Non-Performing Loan (NPL) memiliki koefisien (β_2) = 3,119 dengan nilai thitung (37,453) lebih besar dari tabel (2,01) serta Signifikansi $0,000 < 0,05$, NPL berpengaruh positif dan signifikan.
3. Variabel Corporate Social Responsibility (CSR) memiliki koefisien (β_3) = 0,291 dengan nilai thitung (23,490) lebih besar dari ttabel (2,01) dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel CSR memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap customer retention pada nasabah Bank Sumut KCP Sei Sekambing.
4. Variabel Digital Banking memiliki koefisien (β_4) = 0,566 dengan nilai thitung (53,046) lebih besar dari ttabel (2,01) serta tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini menandakan bahwa variabel Digital Banking berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap customer retention pada nasabah Bank Sumut KCP Sei Sekambing.

Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	934.563	4	233.641	2130.801	.000 ^b

Residual	4.825	44	.110		
Total	939.388	48			

a. Dependent Variable: Customer Retention

b. Predictors: (Constant), NPL, Digital Banking, Corporate Social Responsibility, Penyaluran Kredit

dapat dilihat bahwa F_{hitung} adalah 2130.801 dengan tingkat signifikansi 0,000. Sedangkan F_{tabel} ($\alpha = 0,05$) adalah 3,10 Oleh karena itu, $F_{hitung} (2130.801) > F_{tabel} (2,40)$ dan tingkat signifikansinya $0,000 < 0,05$ menunjukkan bahwa variabel bebas yakni Penyaluran Kredit (X_1), NPL (X_2), Corporate Social Responsibility (X_3), Digital Banking (X_4) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer retention* pada nasabah Bank Sumut KCP Sei Sekaming

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Hasil Uji R²

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.997 ^a	.995	.994	.331

a. Predictors: (Constant), NPL, Digital Banking, Corporate Social Responsibility, Penyaluran Kredit

Koefisien determinasi (R^2) berperan dalam mengukur sejauh mana variabel independen dalam model regresi mampu menjelaskan variasi variabel dependen. Merujuk pada Tabel 3.1.7.1, nilai Adjusted R Square tercatat sebesar 0,994, yang menunjukkan bahwa 99,4% dari keseluruhan nilai customer retention pada nasabah Bank Sumut KCP Sei Sekaming dapat dijelaskan oleh variabel Penyaluran Kredit (X_1), NPL (X_2), Corporate Social Responsibility (X_3), dan Digital Banking (X_4). Sementara itu, sebesar 0,6% Sisanya dipengaruhi faktor di luar penelitian ini.

CONCLUSION

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka disimpulkan bahwa :

- Penyaluran kredit memiliki dampak positif dan signifikan secara parsial terhadap retensi pelanggan di kalangan nasabah Bank Sumut KCP Sei Sekaming.
- Non-Performing Loan (NPL) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap tingkat retensi pelanggan pada nasabah Bank Sumut KCP Sei Sekaming.
- Program Corporate Social Responsibility (CSR) memberikan pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap retensi pelanggan di Bank Sumut KCP Sei Sekaming.
- Layanan Digital Banking memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap retensi pelanggan di antara nasabah Bank Sumut KCP Sei Sekaming.

- e. Penyaluran Kredit (X_1), *NPL* (X_2), *Corporate Social Responsibility* (X_3), *Digital Banking* (X_4) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *customer retention* pada nasabah Bank Sumut KCP Sei Sekambing
- f. nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,994 berarti 99,4% nilai total atas *customer retention* pada nasabah Bank Sumut KCP Sei Sekambing dapat dijelaskan oleh Penyaluran Kredit (X_1), *NPL* (X_2), *Corporate Social Responsibility* (X_3), *Digital Banking* (X_4).
- g. Sebesar 0,06% dari variabel yang memengaruhi *customer retention* dalam penelitian ini tidak dapat dijelaskan, sehingga terdapat faktor-faktor lain di luar penelitian ini yang dapat dijadikan referensi bagi peneliti selanjutnya untuk melakukan analisis lebih lanjut terkait *customer retention* di Bank Sumut KCP Sei Sekambing.

REFERENCES

- Pinto, N. G. D. C. G., Bagiada, K., & Parameswara, A. A. G. (2020). Pengaruh DPK, NPL dan Inflasi Terhadap Penyaluran Kredit Pada PT. Bank Mandiri Periode Tahun 2014 - 2018. *Warmadewa Economic Development Journal (WEDJ)*, 3(2), 73-79.
<https://ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/wedj/article/view/2319/1775>
- Iklin, M. (2024). Pengaruh CAR, NPL, BOPO Dan LDR terhadap Return on Assets pada Bank Pembangunan Daerah. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(1), 360-379.
<https://repository.ustjogja.ac.id/doc/pengaruh-car-npl-bopo-dan-ldr-terhadap-return-on-assets-pada-bank-pembang3313192>
- RizqiAmalia, R. (2015). *Studi kebijakan penyaluran kredit perbankan dan variabel yang mempengaruhinya (studi pada Bank Jatim cabang Pasuruan)* (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).<https://repository.ub.ac.id/id/eprint/107808/>
- Nisa, K., Rokan, M. K., & Irham, M. (2022). Analisis Pengaruh Pelayanan Terhadap Customer Retention Pada PT. Bank Muamalat Indonesia KC Balaikota Medan. *Jihbiz: Global Journal of Islamic Banking and Finance*, 4(2), 1-19.<http://repository.uinsu.ac.id/17529/>
- Susilawaty, L., & Nicola, N. (2020). Pengaruh layanan perbankan digital pada kepuasan nasabah perbankan. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 19(2), 179-190.
<https://journal.maranatha.edu/index.php/jmm/article/view/2478/1570>
- Parenrengi, S., & Hendratni, T. W. (2018). Pengaruh dana pihak ketiga, kecukupan modal dan penyaluran kredit terhadap profitabilitas bank. *Jurnal manajemen strategi dan aplikasi bisnis*, 1(1), 9-18.<http://www.ejournal.imperiuminstitute.org/index.php/JMSAB/article/view/15>
- Masitoh, N., Rosidah, E., & Kurniawati, A. (2023). Pengaruh Layanan Digital Banking Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Tasikmalaya. *BanKu: Jurnal Perbankan dan Keuangan*, 4(1), 11-16.
<https://jurnal.unsil.ac.id/index.php/banku/article/view/6812>
- Rofiki, A., & Nurhayati, N. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Sikap Nasabah (Studi Pada Bank Muamalat Kc. Malang). *J-MACC: journal of management and accounting*, 3(1), 83-96.<https://e-jurnal.unisda.ac.id/index.php/j-macc/article/view/1860>
- Fauziah, H. (2021). Pengaruh NPL, CAR, dan BI Rate terhadap ROA pada Bank Badan Usaha Milik Negara. *Indonesian Journal of Economics and Management*, 1(2), 352-365.<https://jurnal.polban.ac.id/jjem/article/view/2503>
- Arsiah, S., Sari, D. H., & Apriani, E. S. (2022). Pengaruh Non Performing Loan (NPL), Loan To Deposit Ratio (LDR) Dan Return On Asset (ROA) Terhadap Penyaluran Kredit Pada Bank Umum Swasta Nasional Devisa Periode 2016-2021. *Jurnal Mahasiswa Akuntansi Poltekba (JMAP)*, 4(1), 203-211.<https://ejournal.poltekba.ac.id/index.php/jmap/article/view/354>