BAB V

PEMBAHASAN

Setelah peneliti melakukan penelitian secara langsung dengan melakukan penyebaran kuesioner yang ditujukan kepada nasabah KSPPS BMT Agritama Srengat Blitar. Kemudian peneliti mengolah data dari hasil jawaban responden atas kuesioner yang peneliti sebarkan, yang pengolahan data tersebut dibantu oleh aplikasi *IBM SPSS statistics 23*, maka tujuan yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah untuk menjelaskan :

A. Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah pada KSPPS BMT Agritama Srengat Blitar

Berdasarkan dari hasil analisis Uji Regresi tabel *Coefficients* yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa citra perusahaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah di KSPPS BMT Agritama Srengat Blitar dimana hasil koefisien regresi diperoleh nilai positif atau memiliki pengaruh yang searah artinya semakin tinggi citra perusahaan maka semakin tinggi loyalitas nasabah pada KSPPS BMT Agritama Srengat Blitar. Dengan demikian pengaruh citra perusahaan yang positif akan menarik orang-orang yang berkualitas sehingga memiliki daya saing yang tinggi. Untuk membuktikan pengaruh signfikan pada tabel *Coefficients* terdapat pada kolom *sig* pada hasil penelitian.

Keberhasilan KSPPS BMT Agritama Srengat Blitar tidak lepas dari pengaruh citra perusahaan yang baik, dalam hal ini citra yang baik didukung oleh kemunculan presepsi yang positif dari nasabahnya, dari kemunculan presespsi tersebut akan mempertahankan nasabah lama, sehingga nasabah tersebut akan merekomendasikan kepada orang lain kemunculan presespsi tersebut akan mempertahankan nasabah lama, sehingga nasabah tersebut akan merekomendasikan kepada orang lain.

Dalam hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Rofik Abadi, yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan dan Lokasi Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Baitul Maal wa Tamwil Dinar Amanu Tulungagung" dimana dalam hasil penelitiannya dijelaskan bahwa citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, hasil ini dapat dilihat dari hasil analisis Uji Regresi tabel *Coefficients* pada kolom *Sig*.[1]

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang erat antara faktor-faktor yang ada dalam citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah pada KSPPS BMT Agritama Srengat Blitar, karena besar kecilnya citra suatu perusahaan akan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, hal ini sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh Andriasan Sudarso yang mengatakan bahwa "Citra perusahaan secara akurat akan mencerminkan tingkat komitmen organisasi terhadap kualitas, keunggulan, dan hubungan dengan pelanggan loyal dan potensial karyawan dan staf dimasa depan,

[1]Rofik Abadi, *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan dan Lokasi Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Baitul Maal wa Tamwil Dinar Amanu Tulungagung,* (Tulungagung: IAIN Tulungagung, 2017), hlm. 109

pesaing, mitra dan masyarakat pada umumnya, dalam hal ini citra perusahaan membantu memfasilitasi pengetahuan konsumen pada produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan tertentu dan mengurangi ketidakpastian".[2] Hal ini menguatkan teori yang menyatakan bahwa citra perusahaan adalah salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah.

B. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah pada KSPPS BMT Agritama Srengat Blitar

Berdasarkan dari hasil analisis Uji Regresi tabel *Coefficients* yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah di KSPPS BMT Agritama Srengat Blitar dimana hasil koefisien regresi diperoleh nilai positif atau memiliki pengaruh yang searah artinya semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin tinggi loyalitas nasabah pada KSPPS BMT Agritama Srengat Blitar. Berdasarkan hasil tersebut membuktikan bahwa KSPPS BMT Agritama Srengat Blitar menerapkan kualitas pelayanannya sesuai dengan pelayanan dalam islam yaitu *Shidiq*, Kretif, berani, dan percaya diri, *Amanah* dan *fathonah*, *Tablig dan istiqomah,* sebuah lembaga yang menerapkan sistem pelayanan dalam islam akan meningkatkan loyalitas nasabahnya, karena nasabah beranggapan pelayanan yang diberikan sesuai dengan apa yang nasabah inginkan. Untuk membuktikan pengaruh signfikan pada tabel *Coefficients* terdapat pada kolom *sig,* pada hasil penelitian.

[2]Andriasan Sudarso, *Manajemen Jasa Perhotelan ...,* hlm. 50-51

Keberhasilan KSPPS BMT Agritama Srengat Blitar tidak lepas dari kualitas pelayanan yang baik, dalam hal ini kualitas pelayanan yang baik didukung oleh pelayanan yang diberikan seperti tersedianya sarana dan prasarana yang baik, memberikan jaminan kerahasian setiap transaksi, serta mampu melayani secara cepat dan tepat, dll. Dengan kualitas pelayanan yang baik maka akan mempertahankan nasabah lama, sehingga nasabah tersebut akan merekomendasikan kepada orang lain dan munculah nasabah baru.

Dalam hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Riska Octafiana, yang berjudul "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Brand Image Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Di Bmt Taruna Sejahtera" dimana dalam hasil penelitiannya dijelaskan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, hasil ini dapat dilihat dari hasil analisis Uji Regresi tabel *Coefficients* pada kolom *Sig*.[3]

Hal ini sesuai dengan pendapat Rambat Lupiyoadi memngenai kualitas pelayanan, beliau menjelaskan kualitas layanan adalah sebuah ukuran penilaian menyeluruh atas tingkat suatu pelayanan yang baik, kualitas layanan (*service quality*) sebagai hasil persepsi dari hasil perbandingan antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual pelayanan.[4]

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa faktor- faktor pada kualitas pelayanan berhubungan erat dengan loyalitas nasabah pada KSPPS BMT

---

[3]Riska Octafiana, *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Brand Image Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Di Bmt Taruna Sejahtera* ..., hlm. 95

[4]Rambat Lupiyadi. *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi Ke-2* ..., hlm. 180

Agritama Srengat Blitar, karena kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan loyalitas nasabahnya, sehingga nasabah tidak akan mudah tergiur oleh tawaran lembaga keuangan lain. Hal ini menguatkan teori yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah.

C. Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah pada KSPPS BMT Agritama Srengat Blitar

Berdasarkan dari hasil analisis Uji Regresi tabel *Coefficients* yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa kepercayaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah di KSPPS BMT Agritama Srengat Blitar dimana hasil koefisien regresi diperoleh nilai positif atau memiliki pengaruh yang searah artinya semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin tinggi loyalitas nasabah pada KSPPS BMT Agritama Srengat Blitar. Untuk membuktikan pengaruh signfikan pada tabel *Coefficients* terdapat pada kolom *sig* pada hasil penelitian.

Dalam menjaga loyalitas nasabahnya pihak KSPPS BMT Agritama Srengat Blitar selalu menjaga amanah yang diberikan nasabahnya. Dalam menjalankan kegiatan utamanya dalam menghimpun dana dari masyarakat luas (*funding*) dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat (*lending*) serta melakukan kegiatan jasa lainnya, Oleh karena itu, pihak KSPPS BMT Agritama Srengat Blitar harus memberikan berbagai rangsangan berupa balas jasa seperti pemberian hadiah, dan pelayanan yang baik, sehingga masyarakat

akan memberikan kepercayaan yang lebih kepada lembaga keuangan tersebut untuk menanamkan dananya kembali.

Dalam hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Azka AL Afifah, yang berjudul "pengaruh kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah" dijelaskan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, hasil ini dapat dilihat dari hasil analisis Uji Regresi tabel *Coefficients* pada kolom *Sig*.[5]

Hal tersebut sesuai dengan pendapat Taufik Amir, Kepercayaan adalah keyakinan kita bahwa di satu produk ada atribut tertentu. Keyakinan ini muncul dari persepsi yang berulang dan adanya pembelajaran dan pengalaman.[6] Dengan adanya tingkat kepercayaan yang kuat maka nasabah akan mempercayakan sebagian urusan yang berhubungan maslah pendanaan atau menabung pada KSPPS BMT Agritama Srengat Blitar.

Tanpa adanya kepercayaan dari nasabah, KSPPS BMT Agritama Srengat Blitar tidak akan mampu menjalankan kegiatan usahanya dengan baik. Sehingga setiap lembaga keuangan harus dapat menjaga kesehatan keuangan dengan memelihara dan mempertahankan kepercayaan nasabahnya. Dengan demikian hal ini menguatkan teori yang menyatakan bahwa kepercayaan adalah salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah.

---

[5]Azka AL Afifah, *Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah*, (Palembang: Diterbitkan, 2017), hlm. 89

[6]Taufiq Amir, *Dinamika Pemasaran ...*, hlm. 62

D. Pengaruh Nilai Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah pada KSPPS BMT Agritama Srengat Blitar

Berdasarkan dari hasil analisis Uji Regresi tabel *Coefficients* yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa nilai nasabah mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah di KSPPS BMT Agritama Srengat Blitar, dimana hasil koefisien regresi diperoleh nilai positif atau memiliki pengaruh yang searah artinya semakin tinggi nilai nasabah maka semakin tinggi loyalitas nasabah pada KSPPS BMT Agritama Srengat Blitar. Untuk membuktikan pengaruh signfikan pada tabel *Coefficients* terdapat pada kolom sig pada hasil penelitian.

Dalam hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Danar Fergiawan , dimana dalam hasil penelitiannya yang berjudul "Pengaruh Nilai Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Surakarta" dijelaskan bahwa nilai nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, hal tersebut dapat dilihat dari hasil analisis Uji Regresi tabel *Coefficients* pada kolom *Sig*.[7]

Hal ini sesuai dengan pendapat Zeithaml, dalam kutipan buku Fandi Tjiptono, Zeithaml mengemukakan nilai nasabah adalah penilaian keseluruhan konsumen dari kegunaan produk atau servis berdasarkan persepsi tentang apa yang diterima dan apa yang diberikan.[8] Dengan hal ini menunjukkan bahwa nilai yang timbul dari presepsi nasabah atas manfaat berdasarkan produk dan

---

[7] Danar Fergiawan, *Pengaruh Nilai Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Surakarta*, (Sukoharjo: Diterbitkan, 2016), hlm. 12

[8] Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa* ...,hlm. 308.

jasa yang diterima sesuai yang diharapkan akan memberikan pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, hal ini berarti semakin tinggi nilai yang diterima nasabah, maka semakin tinggi loyalitas nasabah.

Dilihat dari indikator-indikator pada variabel nilai nasabah banyak responden yang setuju bahwa segala pelayanan maupun produk yang diberikan oleh KSPPS BMT Agritama Srengat Blitar kepada nasabah sudah membuat sebuah nilai positif yang menjadikan nasabah merasa puas. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil penelitian bahwa banyak responden yang setuju dengan keputusan yang mereka ambil dengan menggunakan produk KSPPS BMT Agritama Srengat Blitar, nasabah merasa puas dengan memberikan sebuah nilai positif berdasarkan pelayanan maupun produk yang diberikan serta merasa puas dengan fasilitas yang diberikan oleh KSPPS BMT Agritama Srengat Blitar.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa indikator yang ada pada variabel nilai nasabah dapat menimbulkan sebuah nilai yang positif dari nasabah, sehingga nilai nasabah berhubungan erat dengan loyalitas nasabah pada KSPPS BMT Agritama Srengat Blitar, karena nilai nasabah yang baik/positif akan meningkatkan loyalitas nasabahnya, dengan hal demikian nasabah akan merasa puas sehingga tidak mudah tergiur oleh tawaran lembaga keuangan lain. Hal ini menguatkan teori yang menyatakan bahwa nilai nasabah adalah salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah.

E. Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Nilai Nasabah berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah pada KSPPS BMT Agritama Srengat Blitar

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik dapat dapat diketahui bahwa semua variabel independen yang diteliti yaitu citra perusahaan, kualitas pelayanan, kepercayaan dan nilai nasabah mempunyai pengaruh yang positif terhadap loyalitas nasabah, baik menggunakan uji T atau secara parsial (masing-masing) maupun menggunakan uji F atau secara simultan (bersama-sama).

Dengan penerapan kualitas pelayanan yang baik dan sikap profesional yang di miliki oleh setiap karyawan pada KSPPS BMT Agritama Srengat Blitar, diharapakan loyalitas nasabah akan tetap bertahan dan terus meningkat dengan didukung oleh citra perusahaan yang baik, kualitas pelayanan yang baik, menjaga kepercayaan nasabah dan meningkatkan nilai nasabah sehingga akan tertanan dibenak nasabah maupun pada masyarakat. Dengan bertahannya nasabah di KSPPS BMT Agritama Srengat Blitar menunjukkan bahwa nasabah telah memberikan kepercayaan sepenuhnya kepada pihak lembaga dalam urusan pembiayaan. Dengan terwujudnya sebuah nilai yang positif dibenak nasabah berdasarkan pelayanan yang diberikan, citra perusahaan yang baik, dan kepercayaan yang dirasakan akan membuat sebuah nilai nasabah yang poitif sehingga berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.