BAB V

PEMBAHASAN

A. Pengaruh Religiusitas terhadap Loyalitas Nasabah Menabung di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri

Berdasarkan hasil dari penelitian dengan menyebarkan angket kepada 96 responden yang merupakan nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri, dan kemudian di tindak lanjuti dengan analisis data menggunakan bantuan aplikasi SPSS 23. Dari hasil pengujian hipotesis yang dilihat dari uji t diperoleh hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ (3,358 > 1,986) dan nilai signifikan menunjukkan lebih kecil dari taraf signifikan (0,001 < 0,05), ini berarti bahwa variabel religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah menabung di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri.

Hal ini sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa religiusitas adalah sebagai seberapa jauh pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan, seberapa pelaksanaan ibadah dan kaidah dan seberapa dalam penghayatan atas agama yang dianutnya. Bagi seorang Muslim, religiusitas dapat diketahui dari seberapa jauh pengetahuan, keyakinan, pelaksanaan dan penghayatan atas agama Islam. Religiusitas sesorang akan mempengaruhi sikap sesorang dalam melakukan tindakan pembelian. Dalam hal ini menunjuk pada menabung merupakan kegiatan pengendalian diri terhadap

sikap konsumtif dan sebagai wujud syukur atas rezeki yang diberikan Tuhan.[87]

Hasil penelitian menunjukkan bahwa religiusitas memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas nasabah menabung di Bank Muamalat Indonesia kantor cabang kediri. Hal ini dikarenakan bahwa nasabah yang mempunyai tingkat religiusitas yaitu mereka/nasabah yang menganggap islam sebagai sumber dari segala sumber hukum yang tentu mengerti dan paham akan produk-produk yang ditawarkan oleh Bank Muamalat Indonesia kantor cabang kediri. Artinya semakin tingi ketaatan mereka tentu akan menambah loyalitas nasabah tersebut.

Penelitian ini searah dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nuruh Khotimah dengan judul *Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Citra Perusahaan, Dan Sistem Bagi Hasil Terhadap Loyalitas Di Bank Syariah Mandiri Gresik* yang menyatakan bahwa Religiusitas, kepercayaan, citra perusahaan dan sistem bagi hasil berpengaruh signifikan terhadap loyalitas.[88] Sama seperti penelitian yang dilakukan oleh Nurul Khotimah, dengan adanya Religiusitas maka religiusitas digambarkan dalam aspek-aspek yang harus dipenuhi sebagai petunjuk mengenai bagaimana cara menjalankan hidup dengan benar agar manusia dapat mencapai kebahagiaan, baik didunia maupun di akhirat. Karena mereka yang mempunyai tingkat religiusitas yang tinggi yaitu mereka atau

---

[87]Fuad Nashori dan Rachmy Diana Mucharam, *Mengembangkan kreativitas dalamperspektif psikologi islam*....hal.70-71

[88] Nurul Khotimah, "Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Citra Perusahaan, Dan Sistem Bagi Hasil Terhadap Loyalitas Di Bank Syariah Mandiri Gresik", *Jurnal Ilmu Ekonomi & Manajemen*, Vol. 05 No 01, hal. 37-48

nasabah yang rutin sholat, rajin mengaji, menganggap islam sebagai sumber dari segala sumber hukum belum tentu mengerti dan paham akan produk-produk yang ditawarkan Bank Syariah beserta hukum yang melekat pada setiap transaksinya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat Rokeach sebagaimana dikutip oleh Sahlan religiusitas merupakan suatu sikap atau kesadaran yang muncul yang didasarkan atas keyakinan atau kepercayaan seseorang terhadap suatu agama.[89] Tingkat religiusitas juga perlu diketahui karena secara umum sudah diketahui bahwa agama mempunyai pengaruh yang sangat kuat bagi seseorang. Orang yang mempunyai tingkat religiusitas yang tinggi dia akan lebih bisa membuka pola fikirnya bahwa keberadaan lembaga keuangan syariah ini adalah sangat bagus dalam rangka mengindari riba dalam semua transaksi keuangan dalam hidupnya. Pengaruh tersebut akan terlihat pada identitas atau karakter diri dan nilai seseorang yang akhirnya akan berpengaruh terhadap cara orang memilih lembaga dalam keloyalitasan nasabah untuk melakukan pembiayaan.

Jadi, menurut penelitian yang telah dilakukan peneliti maka dapat disimpulkan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah menabung di Bank Muamalat Indonesia kantor cabang Kediri.

---

[89]Sahlan Asmaun, *Religiusitas Perguruan Tinggi: Potret Tradisi Keagamaan di Perguruan Tinggi Islam*, (Malang: UIN Maliki Press, 2011), hal. 39

B. Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah Menabung di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri

Berdasarkan hasil dari penelitian dengan menyebarkan angket kepada 96 responden yang merupakan nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri, dan kemudian di tindak lanjuti dengan analisis data menggunakan bantuan aplikasi SPSS 23. Dari hasil pengujian hipotesis yang dilihat dari uji t diperoleh hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ (4,373 > 1,986) dan nilai signifikan menunjukkan lebih kecil dari taraf signifikan (0,000 < 0,05), ini berarti bahwa variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah menabung di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri.

Hal ini sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa kepercayaan adalah keyakinan kita bahwa di satu produk ada atribut tertentu. Keyakinan ini muncul dari persepsi yang berulang dan adanya pembelajaran dan pengalaman.[90] Dengan adanya tingkat kepercayaan yang kuat maka nasabah akan mempercayakan sebagian urusan yang berhubungan masalah pendanaan atau menabung pada Bank Muamalat Indonesia kantor cabang kediri.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tanpa adanya kepercayaan dari nasabah, Bank Muamalat Indonesia kantor cabang kediri tidak akan mampu menjalankan kegiatan usahanya dengan baik. Sehingga setiap lembaga keuangan harus dapat menjaga kesehatan keuangan dengan

[90] Taufik, *Dinamika Pemasaran*...,hal. 62

memelihara dan mempertahankan kepercayan nasabahnya. Hal ini dikarenakan bahwa nasabah mempercayai suatu produk tertentu atas keyakinan mereka terhadap suatu produk tersebut. Nasabah percaya karena mereka yakin bahwa akan mendapatkan apa yang sesuai dengan diharapkan. Dengan kepercayaan tersebut, maka akan timbul loyalitas di dalam diri nasabah karena atas keyakinan yang mereka miliki. Mengingat dimana kepercayaan yang timbul semakin tinggi, maka semakin tinggi pula loyalitas nasabah tersebut.

Penelitian ini searah dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Istikomah dengan judul *Pengaruh Brand Image dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Syariah Cabang Fatmawati Jakarta* yang menyatakan brand image dan kepercayaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah.[91] Dengan adanya kepercayaan maka konsumen atau nasabah mempercayai suatu produk (merek) tertentu atas keyakinan mereka terhadap suatu produk tersebut. Nasabah percaya karena mereka yakin bahwa akan mendapatkan apa yang sesuai dengan yang diharapkan. Dengan kepercayaan tersebut, maka akan timbul loyalitas di dalam diri pelanggan karena atas keyakinan yang mereka miliki. Mengingat dimana kepercayaan yang timbul semakin tinggi, maka semakin tinggi pula loyalitas nasabah.

Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat Mowen dan Minor yang dikemukakan oleh Sangdji dan Sopiah mendefinisikan kepercayaan

[91] Istikomah, "Pengaruh Brand Image dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Syariah Cabang Fatmawati Jakarta", *Jurnal Ekonomi Syariah,* Vol. 6 No. 1, 2018, hal 78-92

konsumen sebagai semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen, dan semua kesimpulan yang dibuat oleh konsumen tentang objek, atribut dan manfaatnya. Objek dapat berupa produk, orang, perusahaan, atau segala sesuatu yang padanya seseorang memiliki kepercayaan dan sikap.[92] Dan hasil terkini yang dikemukakan oleh Robins Sebagaimana dikutip oleh Siswanto Menunjukkan bahwa dimensi kunci kepercayaan meliputi: integritas, kompetensi, konsistensi, loyaliatas dan keterbukaan.[93] Adapun temuan yang menyatakan bahwa makna dari sebuah kepercayaan adalah sebuah belief, sebuah perasaan, atau suatu harapan terhadap pihak lainnya yang merupakan keahlian, keandalan, dan perhatian pihak lainnya.Kepercayaan merupakan elemen penting yang mempengaruhi tingkat kepuasan dan loyalitas nasabah. Kepercayaan terhadap penyedia jasa akan meningkatkan kepuasan para nasabah dan keloyalannya terhadap penyedia jasa, semakin tinggi pula tingkat kepercayaan nasabah terhadap penyedia jasa maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan dan loyalitas nasabah yang mereka miliki dan sebaliknya. Kepercayaan nasabah terhadap bank merupakan faktor penting yang mempengaruhi loyalitas nasabah. Dengan adanya kepercayaan yang tinggi nasabah terhadap bank, maka bank dapat menghimpun dana sebanyak mungkin dari nasabah dan nasabah akan selalu puas dan memiliki sifat yang loyal terhadap bank tersebut.[94]

---

[92] *Ibid*, hal. 85

[93]Siswanto dan Agus Sucipto, *Teori dan perilaku Organisasi*, (Malang: UIN Malang Press, 2008), hal. 89

[94]Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2008), hal. 147

Jadi, menurut penelitian yang telah dilakukan peneliti maka dapat disimpulkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah menabung di Bank Muamalat Indonesia kantor cabang Kediri.

C. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah Menabung di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri.

Berdasarkan hasil dari penelitian dengan menyebarkan angket kepada 96 responden yang merupakan nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri, dan kemudian di tindak lanjuti dengan analisis data menggunakan bantuan aplikasi SPSS 23. Dari hasil pengujian hipotesis yang dilihat dari uji t diperoleh hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ (2,386 > 1,986) dan nilai signifikan menunjukkan lebih kecil dari taraf signifikan (0,019 < 0,05), ini berarti bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah menabung di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa salah satu cara untuk menempatkan perusahaan lebih unggul dari pesaing adalah dengan memberikan pelayanan yang lebih bermutu dibandingkan dengan pesaingnya. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik maka diharapkan akan meningkatkan kepuasan dan loyalitas para nasabah. Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat-tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi

keinginan pelanggan.[95] Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan maka pelayanan di persepsikan baik dan memuaskan. Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan maka pelayanan tersebut adalah pelayanan yang ideal. Jika pelayanan lebih rendah maka pelayanan tersebut adalah pelayanan yang buruk.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan Bank Muamalat Indonesia kantor cabang kediri tidak lepas dari kualitas pelayanan yang baik, dalam hal ini kualitas pelayanan yag baik didukung oleh pelayanan yang diberikan seperti tersedianya sarana dan prasarana yang baik, memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi, serta mampu melayani secara cepat dan tepat, dll. Nasabah cenderung sangat setuju bahwa rasa empati merupakan hal yang penting dalam pelayanan Bank Muamalat Indonesia kantor cabang Kediri. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik maka akan meningkatkan kepuasan dan loyalitas para nasabah.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yaitu penelitian yang dilakukan oleh Roby Ben Saputra dengan judul *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Riau Kepri Cabang Siak* yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas

[95] Arief, *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan,* (Malang: Bayu Media Publishing 2007), hal. 118

nasabah.[96] Dengan demikian, kualitas pelayanan yang diberikan oleh pegawai atau karyawan bank pelayananya harus baik dan memuaskan akan membentuk sebuah kenyamanan dan kepercayaan sehingga akan menciptakan loyalitas nasabah.

Hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat Philip Khottler sebagaimana dikutip oleh Arief kualitas pelayanan adalah keseluruhan ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhannya yang dinyatakan atau yang tersirat.[97] Dari pengertian ini dapat diketahui bahwa suatu barang dan jasa akan dinilai bermutu apabila dapat memenuhi *ekspektasi* konsumen akan nilai produk tersebut. Artinya, mutu merupakan salah satu faktor yang menentukan penilaian kepuasan konsumen dan konsumen tersebut akan merasa loyal. Kualitas pelayanan merupakan salah satu yang tidak dapat dipisahkan dari loyalitas nasabah. Setiap usaha jasa memiliki berbagai bentuk pelayanan yang berbeda-beda antara satu dengan yang lainnya. Setiap perusahaan berusaha memberikan pelayanan yang terbaik agar bisa bersaing dengan lembaga yang lain, baik lembaga yang sudah berdiri sejak lama maupun lembaga yang baru.

Jadi, menurut penelitian yang telah dilakukan peneliti maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan

---

[96] Roby Ben Saputra, Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Riau Kepri Cabang Siak, *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, Vol. VII No. 2 Mei 2015.

[97] Arief, *Pemasaran Jasa dan Kualitas pelayanan*, (Malang: Bayumedia Publishing, 2007), hal. 79

terhadap loyalitas nasabah menabung di Bank Muamalat Indonesia kantor cabang Kediri.

D. Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah Menabung di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri

Berdasarkan hasil dari penelitian dengan menyebarkan angket kepada 96 responden yang merupakan nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri, dan kemudian di tindak lanjuti dengan analisis data menggunakan bantuan aplikasi SPSS 23. Dari hasil pengujian hipotesis yang dilihat dari uji t diperoleh hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$ (6,313 > 1,986) dan nilai signifikan menunjukkan lebih kecil dari taraf signifikan (0,000 < 0,05), ini berarti bahwa variabel kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah menabung di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa semakin baiknya pemahaman mereka atas konsep kepuasan nasabah sebagai strategi untuk memenangkan persaingan di dunia bisnis. Sehingga kepuasan nasabah merupakan hal yang penting bagi penyelenggara jasa, karena nasabah akan menyebarluaskan rasa puasnya kepada calon nasabah, sehingga akan menaikkan reputasi pemberi jasa atau pihak perbankan.[98]

Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa tujuan dari kepuasan adalah meningkatkan jumlah anggota yang tertarik dan puas akan kinerja

[98] Agus Eko Sujianto, Rohmad Subagiyo, *Membangun Loyalitas Nasabah*..., hal.37

yang diberikan lembaga. Masyarakat merupakan salah sasaran dari adanya kepuasan yang diberikan lembaga. Dengan adanya kepuasan dari anggota maka akan menimbulkan pengaruh positif untuk menjadi anggota maupun tetap menjadi anggota di Bank Muamalat Indonesia kantor cabang Kediri. Hal ini dikarenakan bahwa salah satu kunci untuk mempertahankan nasabah adalah kepuasan nasabah agar nasabah tersebut tetap loyal. Semakin berkualitas produk dan layanan yang diberikan oleh Bank Muamalat Indonesia kantor cabang Kediri, semakin tinggi kepuasan yang dirasakan oleh nasabahnya.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yaitu penelitian yang dilakukan oleh Hilyatul Azizah dengan judul *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri X* yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan, citra, dan kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.[99] Hal ini diketahui dari adanya kecenderungan yang dirasakan nasabah terhadap kepuasan, jika semakin tinggi kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah maka akan berdampak pada semakin tinggi pula keputusan untuk tetap menggunakan produk dan jasa tersebut.

Hasil ini sesuai dengan pendapat Menurut Kivetz dan Simonson, kepuasan konsumen bisa menjalin hubungan yang harmonis antara produsen dan konsumen menciptakan dasar yang baik bagi pembelian ulang serta terciptanya loyalitas konsumen, membentuk rekomendasi dari

[99] Hilyatul Azizah, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri X, *Jurnal Analisis Manajemen Vol. 1 No. 2, 2012*

mulut ke mulut yang dapat menguntungkan perusahaan.[100] Salah satu kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan pelanggan. Pelanggan yang sangat puas biasanya tetap setia untuk waktu yang lebih lama, membeli lagi ketika perusahaan memperkenalkan produk baru dan memperbaharui produk lama, membicarakan hal-hal baik tentang perusahaan dan produknya kepada orang lain, tidak terlalu memperhatikan merek pesaing dan tidak terlalu sensitif terhadap harga, menawarkan ide produk atau jasa kepada perusahaan dan biaya pelayanannya lebih murah dibandingkan pelangan baru karena transaksi dapat menjadi hal rutin. Jadi, semakin berkualitas produk dan layanan yang diberikan oleh perusahaan, semakin tinggi kepuasan yang dirasakan oleh konsumen.

Jadi, menurut penelitian yang telah dilakukan peneliti maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah menabung di Bank Muamalat Indonesia kantor cabang Kediri.

E. Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, Dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah Menabung di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri

Berdasarkan hasil dari penelitian dengan menyebarkan angket kepada 96 responden yang merupakan nasabah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri, dan kemudian di tindak lanjuti dengan analisis data menggunakan bantuan aplikasi SPSS 23. Dari hasil pengujian hipotesis

[100] Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran,* (Kevin Lone Keller : Erlangga, 2009), hlm 140

yang dilihat dari uji f atau pada tabel ANOVA yang menyatakan bahwa $f_{hitung} > f_{tabel}$ (197,891 > 2,47) dengan signifikan sebesar 0,000 yaitu kurang dari 0,05 yang artinya menolah H_0 dan menerima H_1. Maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini membenarkan adanya pengaruh secara simultan atau bersama-sama variabel religiusitas, kepercayaan, kualitas pelayanan, dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah menabung di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri.

Hal ini sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa loyalitas merupakan komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih sebagai sikap konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.[101] Dari pengertian tersebut kita dapat menyimpulkan bahwa loyalitas terbentuk dari dua komponen, loyalitas sebagai perilaku yaitu pembelian ulang yang konsisten dan loyalitas sebagai sikap yaitu sikap positif terhadap suatu produk atau jasa ditambah dengan pola pembelian yang konsisten. Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa loyalitas nasabah terhadap suatu produk berhubungan dengan sikap positif yang dimiliki nasabah tersebut terhadap produk dengan melakukan pembelian ulang secara konsisten.

Berdasarkan pembahasan semua hasil pengujian hipotesis di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa secara parsial semua variabel independen

---

[101] Ratih hurryati, *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*, (bandung: alfabeta, 2010) hal. 129

berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen. Sebaiknya, tetap menjaga strategi yang sudah dilakukan serta mengembangkan kebijakan yang berkaitan dengan loyalitas nasabah.