

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Sejarah BNI Syariah KCP Tulungagung

PT. BNI Syariah berdiri atas dasar penetapan *Corporate Plan* UUS BNI tahun 2000 bahwa status UUS bersifat temporer dan akan dilakukan *spin off* tahun 2009. Rencana tersebut terlaksana pada tanggal 19 Juni 2010 dengan beroperasinya BNI Syariah sebagai Bank Umum Syariah (BUS). Realisasi waktu *spin off* bulan Juni 2010 tidak terlepas dari faktor eksternal berupa aspek regulasi yang kondusif yaitu dengan diterbitkannya UU No. 19 tahun 2008 tentang Surat Berharga Syariah Negara (SBSN) dan UU No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.

Komitmen Pemerintah terhadap pengembangan perbankan syariah semakin kuat dan kesadaran terhadap keunggulan produk perbankan syariah juga semakin meningkat. Pada bulan Juni 2014 jumlah cabang BNI Syariah mencapai 65 Kantor Cabang, 161 Kantor Cabang Pembantu, 17 Kantor Kas, 22 Mobil Layanan Gerak dan 20 Payment Poin. Sedangkan pada saat ini BNI Syariah telah didukung oleh jaringan yang cukup luas diseluruh Indonesia yaitu 323 outlet syariah yang tersebar di seluruh Indonesia, serta didukung oleh lebih dari 1.400 Kantor Cabang BNI yang melayani pembukuan rekening syariah¹

Sedangkan PT. Bank BNI Syariah KCP Tulungagung sendiri mulai berdiri di kota Tulungagung sejak tahun 2012, gedung pertama berada di Ruko

¹Diakses dari <https://www.bnisyariah.co.id/id-id/perusahaan/tentangbnisyariah/sejarah> pada 15 Februari 2019 pukul 20.00

Nirwana Plaza Jl. Supriyadi, Kota Tulungagung. Selanjutnya pindah di Jln. Hasanudin no.41, kompleks Ruko Pangeran Sudirman (Pangsud), Blok A-7, kelurahan Kenayan, Kecamatan Tulungagung, Kabupaten Tulungagung pada Maret 2017.

PT. Bank BNI Syariah KCP Tulungagung saat ini terletak di Jln. Hasanudin no.41, kompleks Ruko Pangeran Sudirman (Pangsud), Blok A-7, kelurahan Kenayan, Kecamatan Tulungagung, Kabupaten Tulungagung. Lokasi PT. Bank BNI Syariah KCP Tulungagung yang strategis dan mudah dijangkau, lokasinya yang berada di daerah pertokoan yang mana banyak aktivitas bisnis yang di lakukan disana. Sehingga mempermudah nasabah untuk mendapatkan layanan di PT. Bank BNI Syariah KCP Tulungagung.

2. Visi dan Misi BNI Syariah

a. Visi PT. Bank BNI Syariah

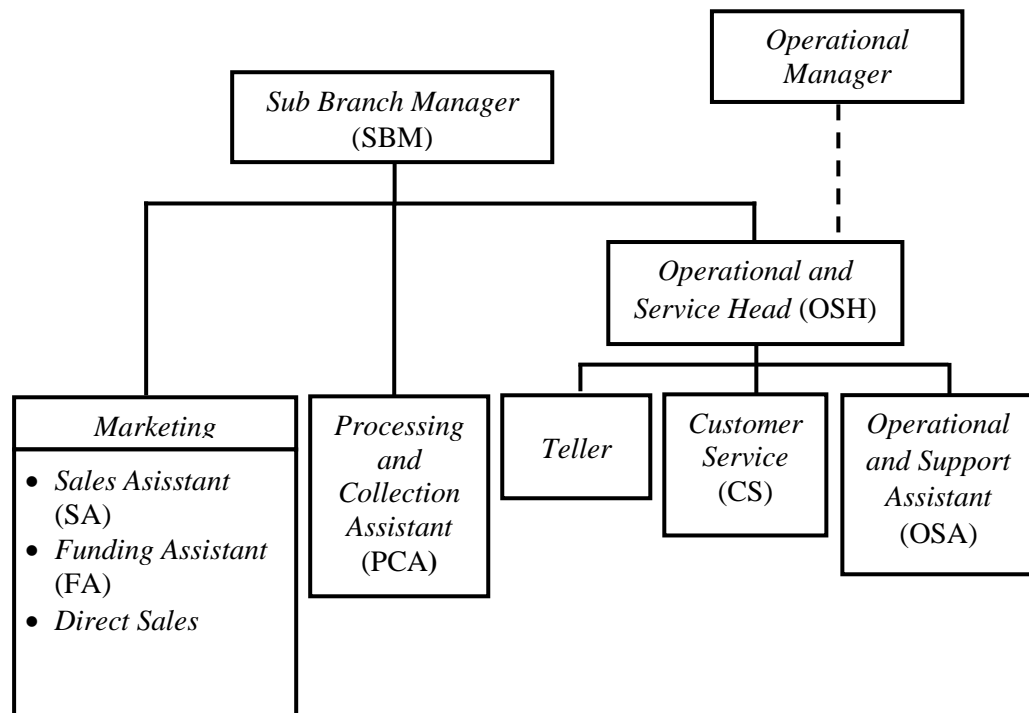
“Menjadi bank syariah pilihan masyarakat yang unggul dalam layanan dan kinerja.”

b. Misi PT. Bank BNI Syariah

- 1) Memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan peduli pada kelestarian lingkungan.
- 2) Memberikan solusi bagi masyarakat untuk kebutuhan jasa perbankan syariah.
- 3) Memberikan nilai investasi yang optimal bagi investor.
- 4) Menciptakan wahana terbaik sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi bagi pegawai sebagai perwujudan ibadah.

5) Menjadi acuan tata kelola perusahaan yang amanah.²

c. Struktur Organisasi



B. Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan menyebar angket kepada 96 responden nasabah pada PT. Bank BNI Syariah KCP Tulungagung, dapat diambil gambaran karakteristik responden yang meliputi jenis kelamin, usia, dan lama menjadi nasabah di PT. Bank BNI Syariah KCP Tulungagung. Adapun gambaran karakteristik responden dalam penelitian ini sebagai berikut:

² Diakses dari <https://www.bnisyariah.co.id/id-id/perusahaan/tentangbnisyariah/visimisi> pada tanggal 15 Februari 2019 pukul 20.00

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Perempuan	58	60,42%
Laki-laki	38	39,58%
Total	96	100%

Sumber: Data Angket yang telah diolah tahun 2019

Berdasarkan hasil data 96 responden, dapat diketahui karakteristik jenis kelamin responden perempuan sebanyak 58 orang dengan jumlah persentase 60,42% dan yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 38 orang dengan jumlah persentase 39,58%. Jadi dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini lebih banyak responden perempuan daripada laki-laki.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.2
Usia Responden

Usia	Jumlah	Persentase (%)
20-35 tahun	46	47,92%
36-45 tahun	37	38,54%
>45 tahun	13	13,54%
Total	96	100%

Sumber: Data Angket yang telah diolah tahun 2019

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa dalam penelitian ini usia responden 20-35 tahun berjumlah 46 orang dengan persentase 47,92%, usia 36-45 tahun berjumlah 37 orang dengan persentase 38,54%, dan usia lebih dari 45 tahun berjumlah 13 dengan persentase 13,54%. Hal ini menunjukkan usia responden 20-35 tahun lebih banyak daripada yang lainnya.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah

Tabel 4.3
Lama Menjadi Nasabah

Lama Menjadi Nasabah	Jumlah	Persentase (%)
< 1 tahun	43	44,79%
1-3 tahun	31	32,29%
4-6 tahun	15	15,63%
>6 tahun	7	7,29%
Total	96	100%

Sumber: Data Angket yang telah diolah tahun 2019

Berdasarkan hasil data responden diatas menunjukkan bahwa lama responden menjadi nasabah kurang dari 1 tahun berjumlah 43 orang dengan persentase 44,79%, lama menjadi nasabah 1-3 tahun berjumlah 31 orang dengan persentase 32,29%, lama menjadi nasabah 4-6 tahun berjumlah 15 orang dengan persentase 15,63%, dan lama menjadi nasabah lebih dari 6 tahun berjumlah 7 orang dengan persentase 7,29%. Jadi dapat diketahui bahwa lama responden menjadi nasabah yang paling banyak adalah kurang dari 1 tahun.

C. Hasil Penelitian (Deskripsi Variabel)

Berdasarkan penelitian dari angket yang telah disebarkan kepada 96 responden yang terdiri atas 20 item pertanyaan dan dibagi dalam 3 kategori, yaitu: (1) 8 pertanyaan digunakan untuk mengukur *service quality* (X_1), (2) 6 pertanyaan digunakan untuk mengukur *relationship quality* (X_2), dan (3) 6 pertanyaan digunakan untuk mengukur loyalitas nasabah (Y). Hasil yang diperoleh adalah sebagai berikut:

1. Variabel *Service Quality* (X_1)

Tabel 4.4
Tanggapan Responden Tentang Variabel *Service Quality*

Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Setuju	267	34,76%
Setuju	321	41,80%
Netral	180	23,44%
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	768	100%

Sumber: Data Angket yang telah diolah tahun 2019

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan *service quality* dengan 5 indikator yang diwakili oleh 8 item pertanyaan menyatakan responden memilih pendapat sangat setuju 34,76%, setuju 41,80%, dan netral 23,44%.

2. Variabel *Relationship Quality* (X_2)

Tabel 4.5
Tanggapan Responden Tentang Variabel *Relationship Quality*

Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Setuju	125	21,7%
Setuju	303	52,6%
Netral	148	25,7%
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	576	100%

Sumber: Data Angket yang telah diolah tahun 2019

Data tabel diatas menunjukkan bahwa pada *relationship quality* dengan 5 indikator yang diwakili oleh 6 item pertanyaan menyatakan 21,7% responden memilih pendapat sangat setuju, 52,6% memilih setuju, dan netral 25,7%.

3. Variabel Loyalitas Nasabah (Y)

Tabel 4.6
Tanggapan Responden Tentang Variabel Loyalitas Nasabah

Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Setuju	179	31,13%
Setuju	254	44,17%
Netral	142	24,7%
Tidak Setuju	0	0
Sangat Tidak Setuju	0	0
Total	575	100%

Sumber: Data Angket yang telah diolah tahun 2019

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan variabel loyalitas nasabah dengan 5 indikator yang diwakili oleh 6 item pertanyaan menyatakan responden memilih pendapat sangat setuju 31,13%, setuju 44,17%, dan netral 24,7%.

D. Analisis Data

Penelitian ini menggunakan data angket yang disebarkan di PT. Bank BNI Syariah KCP Tulungagung kepada responden, sehingga dapat dilakukan analisis data yang diperoleh. Data tersebut meliputi analisis variabel-variabel independen berupa *service quality* dan *relationship quality* terhadap variabel dependen berupa loyalitas nasabah. Perhitungan variabel-variabelnya menggunakan komputer dengan program SPSS 16.0. Berikut ini deskripsi statistik berdasarkan data yang telah diolah dengan menggunakan SPSS 16.0.

1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

a. Uji Validitas

Berikut hasil dari pengujian validitas pada angket yang telah disebar pada nasabah PT. Bank BNI Syariah KCP Tulungagung. Nilai validitas dapat dilihat pada nilai *Corrected-Item Total Correlation*.

Tabel 4.7
Uji Validitas Instrumen Variabel *Service Quality*

Nomor Item	<i>Corrected-Item Total Correlation</i>	Keterangan
X1.1	0,511	Valid
X1.2	0,662	Valid
X1.3	0,578	Valid
X1.4	0,602	Valid
X1.5	0,641	Valid
X1.6	0,512	Valid
X1.7	0,684	Valid
X1.8	0,547	Valid

Sumber: Data Primer diolah SPSS 16.0 tahun 2019

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa variabel *service quality* (X_1) dinyatakan valid karena dilihat dari *Corrected-Item Total Correlation* pada tabel diatas nilai r hitung lebih besar dari r tabel. Nilai r tabel pada jumlah nasabah 96 dengan tingkat signifikansi 5% adalah 0,199. Jadi dapat disimpulkan bahwa semua instrumen *service quality* adalah valid.

Tabel 4.8
Uji Validitas Instrumen Variabel *Relationship Quality*

Nomor Item	<i>Corrected-Item Total Correlation</i>	Keterangan
X2.1	0,760	Valid
X2.2	0,752	Valid
X2.3	0,776	Valid
X2.4	0,786	Valid

X2.5	0,732	Valid
X2.6	0,765	Valid

Sumber: Data Primer diolah SPSS 16.0 tahun 2019

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa variabel *relationship quality* (X_2) dinyatakan valid karena dilihat dari *Corrected-Item Total Correlation* pada tabel diatas nilai r hitung lebih besar dari r tabel. Nilai r tabel pada jumlah nasabah 96 dengan tingkat signifikansi 5% adalah 0,199. Jadi dapat disimpulkan bahwa semua instrumen *relationship quality* adalah valid.

Tabel 4.9

Uji Validitas Instrumen Variabel Loyalitas Nasabah

Nomor Item	<i>Corrected-Item Total Correlation</i>	Keterangan
Y1	0,543	Valid
Y2	0,654	Valid
Y3	0,646	Valid
Y4	0,576	Valid
Y5	0,554	Valid
Y6	0,600	Valid

Sumber: Data Primer diolah SPSS 16.0 tahun 2019

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa variabel loyalitas nasabah (Y) dinyatakan valid karena dilihat dari *Corrected-Item Total Correlation* pada tabel diatas nilai r hitung lebih besar dari r tabel. Nilai r tabel pada jumlah nasabah 96 dengan tingkat signifikansi 5% adalah 0,199. Jadi dapat disimpulkan bahwa semua instrumen loyalitas nasabah adalah valid.

b. Uji Reliabilitas

Pada uji reliabilitas, variabel dikatakan baik atau reliabel jika memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60. Berikut ini

adalah hasil dari uji reliabilitas variabel *service quality* (X_1), *relationship quality* (X_2) dan loyalitas nasabah (Y).

Tabel 4.10
Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Service Quality*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.734	8

Sumber: Data Primer diolah SPSS 16.0 tahun 2019

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel *service quality* sebesar 0,734 lebih besar dari 0,60. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel *service quality* reliabel.

Tabel 4.11
Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Relationship Quality*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.854	6

Sumber: Data Primer diolah SPSS 16.0 tahun 2019

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel *relationship quality* sebesar 0,854 lebih besar dari 0,60. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel *relationship quality* reliabel.

Tabel 4.12**Hasil Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Nasabah**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.637	6

Sumber: Data Primer diolah SPSS 16.0 tahun 2019

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel loyalitas nasabah sebesar 0,637 lebih besar dari 0,60. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel loyalitas nasabah reliabel.

2. Uji Normalitas Data

Pada uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas data menggunakan *Kolmogorov-Smirnov*. Asumsi dikatakan normal jika variabel memiliki nilai probabilitas atau signifikansi lebih dari 0,05. Berikut ini adalah hasil uji normalitas.

Tabel 4.13
Hasil Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.53927043
Most Extreme Differences	Absolute	.123
	Positive	.060
	Negative	-.123
Kolmogorov-Smirnov Z		1.200
Asymp. Sig. (2-tailed)		.112

a. Test distribution is Normal.

Sumber: Data primer diolah SPSS 16.0 tahun 2019

Berdasarkan tabel diatas, *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* diperoleh angka *Asymp. Sig. (2-tailed)* yaitu 0,112 lebih besar daro 0,05. Hal ini membuktikan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas dapat dideteksi dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) tidak lebih dari 10 maka model terbebas dari multikolinearitas. Berikut ini hasil uji multikolinieritas.

Tabel 4.14
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	23.846	3.321		7.179	.000		
X1	.158	.074	.209	2.120	.037	.993	1.007
X2	.196	.085	.226	2.292	.024	.993	1.007

a. Dependent Variable: Y

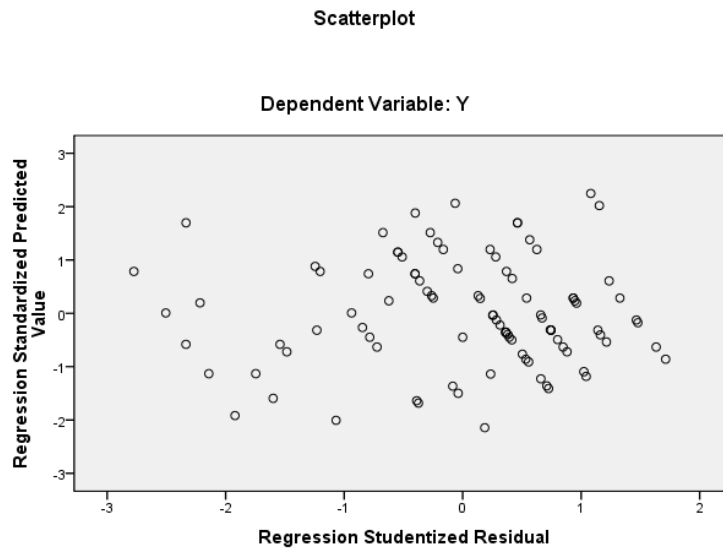
Sumber: Data Primer diolah SPSS 16.0 tahun 2019

Dari hasil uji multikolinieritas diatas, dapat diketahui bahwa nilai VIF variabel X₁ sebesar 1,007 dan variabel X₂ juga sebesar 1,007. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel independen terbebas asumsi klasik multikolinieritas karena hasilnya lebih kecil dari 10.

b. Uji Heterokedastisitas

Pada suatu model, Heterokedastisitas dapat dideteksi dengan melihat pola gambar *Scatterplot*. Tidak terdapat heterokedastisitas jika: (1) penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola; (2) titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau sekitar angka 0; dan (3) titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.

Gambar 4.1
Hasil Uji Heterokedastisitas



Sumber: Data Primer diolah SPSS 16.0 tahun 2019

Pada gambar diatas terlihat titik-titik menyebar secara acak dan tidak berpola. Selain itu tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi ini, sehingga model regresi ini layak dipakai.

4. Uji Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut ini adalah tabel hasil uji regresi linier berganda.

Tabel 4.15
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	23.846	3.321		7.179	.000
	X1	.158	.074	.209	2.120	.037
	X2	.196	.085	.226	2.292	.024

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer diolah SPSS 16.0 tahun 2019

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 23,846 + 0,158X_1 + 0,196X_2$$

Penjelasan dari fungsi regresi linier berganda diatas adalah sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta sebesar 23,846 menyatakan bahwa jika variabel *service quality* (X_1) dan *relationship quality* (X_2) dalam keadaan konstan (tetap), maka besarnya loyalitas nasabah adalah 23,846.
- b. Koefisien regresi variabel *service quality* (X_1) sebesar 0,158 menyatakan bahwa setiap peningkatan sebesar satu satuan, *service quality* akan meningkatkan loyalitas nasabah sebesar 0,158. Sebaliknya jika *service quality* turun satu satuan maka loyalitas nasabah akan turun sebesar 0,158 dengan anggapan variabel independen lain nilainya tetap.

- c. Koefisien regresi variabel *relationship quality* (X_2) sebesar 0,196 menyatakan bahwa setiap peningkatan sebesar satu satuan, *relationship quality* akan meningkatkan loyalitas nasabah sebesar 0,196. Sebaliknya jika *relationship quality* turun satu satuan maka loyalitas nasabah akan turun sebesar 0,196 dengan anggapan variabel independen lain nilainya tetap.
- d. Tanda positif (+) menandakan arah hubungan yang searah. Sedangkan tanda negatif (-) menunjukkan arah hubungan yang berbanding terbalik antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).

5. Uji Hipotesis

a. Uji Hipotesis secara Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hal tersebut dapat diketahui dengan melihat t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka dinyatakan signifikan. Selain itu juga dapat dilihat melalui angka signifikannya. Jika sig. kurang dari 0,05, maka secara parsial atau sendiri-sendiri variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Berikut adalah tabel hasil uji t dalam SPSS,

Tabel 4.16
Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	23.846	3.321		7.179	.000
X1	.158	.074	.209	2.120	.037
X2	.196	.085	.226	2.292	.024

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer diolah SPSS 16.0 tahun 2019

Diketahui bahwa tabel t untuk $df = 96 - 1 = 95$ dengan signifikansi $0,05/2 = 0,025$ adalah 1,98525. Untuk mengetahui apakah hipotesa yang diajukan signifikan atau tidak, maka perlu membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} . Dimana jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka hipotesa 0 diterima, sebaliknya jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka hipotesis 1 diterima.

- 1) Hipotesis 1 (H_1): “*Service Quality* Berpengaruh Signifikan Terhadap Loyalitas Nasabah di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Tulungagung.”

Berdasarkan tabel 4.15 diketahui bahwa nilai signifikansi variabel *service quality* (X_1) sebesar 0,37 dan nilai t_{hitung} sebesar 2,120. Maka nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,120 > 1,98525$) dan nilai sig. $0,37 < 0,05$, jadi menerima H_1 . Dapat disimpulkan bahwa secara parsial, *service quality* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Tulungagung.

Sehingga pada penelitian ini hipotesis yang berbunyi “*service quality* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di PT. Bank BNI Syariah KCP Tulungagung” yaitu teruji.

- 2) Hipotesis 2 (H_2): “*Relationship Quality* Berpengaruh Signifikan Terhadap Loyalitas Nasabah di PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Tulungagung.”

Berdasarkan tabel 4.15 diketahui bahwa nilai signifikansi variabel *relationship quality* sebesar 0,24 dan nilai t_{hitung} sebesar 2,292. Maka nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,292 > 1,98525$) dan nilai sig. $0,24 < 0,05$, jadi menerima H_2 . Dapat disimpulkan bahwa secara parsial, *relationship quality* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Tulungagung.

Sehingga pada penelitian ini hipotesis yang berbunyi “*relationship quality* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di PT. Bank BNI Syariah KCP Tulungagung” yaitu teruji.

b. Uji Hipotesis secara Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah secara bersama-sama variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dimana jika nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} maka uji regresi dikatakan signifikan, atau jika nilai signifikansinya (sig.) lebih kecil dari 0,05 maka signifikan. Berikut adalah hasil dari uji F:

Tabel 4.17
Hasil Uji F

ANOVA ^b					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	70.190	2	35.095	5.328	.006 ^a
Residual	612.550	93	6.587		
Total	682.740	95			

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer diolah SPSS 16.0 tahun 2019

Berdasarkan tabel diatas diketahui F_{hitung} adalah 5,328 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,006. Sedangkan F_{tabel} pada tingkat signifikansi 5% atau 0,05 dengan kebebasan df_1 2 dan df_2 93, maka diperoleh nilai distribusi F sebesar 3,09. Jadi dapat diperoleh kesimpulan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($5,328 > 3,09$) serta nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka secara simultan atau bersama-sama terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel *service quality* (X_1) dan *relationship quality* (X_2) terhadap loyalitas nasabah (Y) di PT. Bank BNI Syariah KCP Tulungagung.

Dengan demikian pada penelitian ini hipotesis yang berbunyi “*service quality* dan *relationship quality* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di PT. Bank BNI Syariah KCP Tulungagung” yaitu teruji.

6. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel independen yaitu *service quality* dan *relationship*

quality terhadap variabel dependen yaitu loyalitas nasabah. Berikut ini adalah hasil uji koefisien determinasi.

Tabel 4.18
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.321 ^a	.103	.084	2.566	2.435

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer diolah SPSS 16.0 tahun 2019

Pada tabel diatas terlihat angka *R Square* sebesar 0,103, hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel *service quality* (X_1) dan *relationship quality* (X_2) terhadap variabel loyalitas nasabah (Y) sebesar 10,3%. Pada angka *Adjusted R Square* sebesar 0,084 menunjukkan pengaruh variabel *service quality* (X_1) dan *relationship quality* (X_2) terhadap perubahan variabel loyalitas nasabah (Y) sebesar 8,4%, sedangkan sisanya sebesar 91,6% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang digunakan dalam penelitian ini.