

BAB V

PEMBAHASAN

Peneliti telah melakukan penelitian secara langsung dengan melakukan penyebaran angket atau kuesioner yang diajukan kepada nasabah PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Tulungagung. Peneliti mengolah data hasil dari jawaban responden atas angket yang telah disebar dengan menggunakan aplikasi software SPSS for windows versi 16.0. Berdasarkan hasil dari olahan statistik, maka dapat diperoleh hasil sebagai berikut:

A. Pengaruh *Service Quality* Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Tulungagung.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan memperoleh hasil uji t menyatakan nilai sig. kurang dari α dan t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , sehingga hipotesis alternatif pertama diterima. Maka dapat dikatakan bahwa *service quality* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank BNI Syariah KCP Tulungagung. Hal ini menandakan pada setiap peningkatan *service quality* pada PT. Bank BNI Syariah KCP Tulungagung, maka loyalitas nasabahnya juga akan meningkat. Begitupun sebaliknya, apabila *service quality* pada PT. Bank BNI Syariah KCP Tulungagung buruk, maka akan semakin rendah pula loyalitas nasabahnya.

Service quality yang diberikan oleh PT. Bank BNI Syariah KCP Tulungagung berdasarkan hasil penyebaran angket sudah bisa membuat nasabah loyal dan merasa puas. Karyawan pada PT. Bank BNI Syariah KCP

Tulungagung dapat memberikan keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati dalam melayani nasabah yang datang ataupun nasabah yang tidak datang secara langsung ke bank. Pihak BNI Syariah KCP Tulungagung biasanya mendatangi nasabah yang telah bergabung selama lebih dari 5-6 tahun yang akan menabung atau melakukan transaksi lain ke kediamannya. PT. Bank BNI Syariah KCP Tulungagung juga telah menyediakan produk-produk fisik/keberwujudan untuk kelancaran nasabah dalam bertransaksi. Apabila PT. Bank BNI Syariah KCP Tulungagung memberikan kualitas pelayanan yang baik maka nasabah akan merasa puas dan menjadi loyal, sehingga *service quality* berpengaruh positif pada loyalitas nasabah.

Hasil penelitian ini relevan dengan teori Menurut Wijaya, kepuasan konsumen dapat dicapai dengan memberikan kualitas layanan yang baik. Oleh karena itu, perusahaan jasa harus berfokus pada kepuasan konsumen.¹ Kepuasan pelanggan berhubungan dengan loyalitas pelanggan dan menghasilkan pembelian ulang (*repeat purchase*).² Dari teori tersebut menjelaskan bahwa kualitas layanan dapat mempengaruhi kesetiaan atau loyalitas pelanggan. Jika pelayanan suatu perusahaan baik maka pelanggan akan setia karena sudah tertanam pada ingatan pelanggan. selain itu, pelanggan juga akan melakukan pembelian kembali.

Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Mantauv yang menunjukkan bahwa *service quality* berpengaruh signifikan

¹ Tony Wijaya, *Manajemen Kualitas Jasa.....*, hlm. 4

² *Ibid.*, hlm 25

terhadap loyalitas nasabah.³ Hal ini juga sesuai dengan penelitian Dewi et. all⁴, bahwa kualitas pelayanan, kepuasan, dan loyalitas nasabah PT. BPR Hoki memiliki hubungan yang positif dan signifikan. Selain itu, pada penelitian Wijayanto juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, jaminan, ketanggapan, keandalan, perhatian, dan kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.⁵

B. Pengaruh *Relationship Quality* Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Tulungagung.

Hasil uji t menunjukkan hipotesis kedua yakni menguji pengaruh *relationship quality* terhadap loyalitas nasabah dapat diterima. Maka dapat dikatakan *relationship quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah di PT. Bank BNI Syariah KCP Tulungagung. Hal ini ditunjukkan oleh nilai sig. lebih kecil dari nilai *alpha* dan nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} . Indikator yang mempengaruhi *relationship quality* yaitu komitmen, kepuasan, dan kepercayaan terbukti dapat mempengaruhi loyalitas nasabah. Jadi, setiap peningkatan *relationship quality* maka loyalitas nasabah juga akan meningkat.

Penelitian ini relevan dengan teori Sangadji dan Sopiah. Menurut Sangadji dan Sopiah untuk membangun loyalitas konsumen, perusahaan harus memiliki hubungan yang baik dengan konsumen sehingga perusahaan dapat lebih memahami kebutuhan, keinginan, dan harapan-harapan para

³ Citra Suci Mantaav, "Pengaruh Service Quality....."

⁴ Gusti Ayu Putu Ratih Kusuma Dewi, et. al., "Pengaruh Kualitas Pelayanan....."

⁵ Kusuma Wijayanto, "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah....."

konsumennya.⁶ Sudaryono juga mengemukakan untuk membangun dan mempertahankan loyalitas konsumen maka perlu dilakukan interaksi antara produsen dan konsumen baik lewat telepon, internet maupun sarana lainnya.⁷ Hubungan yang terjalin dengan baik dengan pelanggan akan menciptakan kesetiaan pada produk yang digunakannya. Jadi, jika *relationship quality* dijaga dengan baik atau ditingkatkan akan meningkatkan pula loyalitas nasabah.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian Hassany yang menyatakan bahwa *relationship quality* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pada BNI Syariah Yogyakarta.⁸ Pada penelitian Kurniawan dan Shihab juga menyatakan kualitas hubungan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah.⁹ Pada penelitian terdahulu Ningtyas dan Rachmad juga menyebutkan kepercayaan dan kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat Surabaya. Namun pada komitmen tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.¹⁰ Hal ini bisa terjadi karena nasabah memiliki hubungan dengan bank lainnya, sehingga memungkinkan nasabah tidak berkomitmen pada satu bank.

⁶ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*,..... hlm. 114

⁷ Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*, (Yogyakarta: ANDI, 2016) hlm. 82

⁸ Egha Ezar Junaeka Putra Hassany, *Pengaruh Relationship Quality*....

⁹ Iskawanto Kurniawan dan Muchsin S. Shihab, "Pengaruh Nilai Nasabah, Kualiiitas Pelayanan, dan Kualitas Hubungan....

¹⁰ Fitri Ningtyas dan Basuki Rachmad, "Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi, Penanganan Masalah, dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah....

C. Pengaruh *Service Quality* dan *Relationship Quality* Secara Simultan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Tulungagung.

Berdasarkan hasil uji F yang telah dilakukan menunjukkan bahwa secara positif dan signifikan *service quality* dan *relationship quality* berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank BNI Syariah KCP Tulungagung. Dari hasil uji regresi linier berganda juga dapat diketahui pengaruh dari variabel *service quality* dan *relationship quality* yang mempengaruhi variabel loyalitas nasabah dengan melihat koefisien regresi menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki pengaruh yang positif terhadap loyalitas nasabah.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Kurniawan dan Shihab, dimana hasil penelitian mereka menyatakan bahwa kualitas layanan dan kualitas hubungan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Mandiri.¹¹ Hal ini menunjukkan perusahaan memberikan kualitas layanan dan kualitas hubungan yang baik yang dirasakan oleh pelanggan.

Dari hasil kedua variabel X terhadap Y, variabel *relationship quality* mempunyai pengaruh paling besar daripada variabel *service quality* dalam pengaruhnya terhadap loyalitas nasabah BNI Syariah Tulungagung. Hal ini menjelaskan bahwa *relationship quality* mempunyai andil yang lebih besar

¹¹ Iskawanto Kurniawan dan Muchsin S. Shihab, "Pengaruh Nilai Nasabah, Kualiiitas Pelayanan, dan Kualitas Hubungan...."

dalam terbentuknya loyalitas nasabah daripada kualitas layanan yang diberikan ke nasabah oleh pihak lembaga.