

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah PT Bank BRISyariah Tbk

Berawal dari akuisisi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk, terhadap Bank Jasa Arta pada 19 Desember 2007 dan setelah mendapatkan izin dari Bank Indonesia pada 16 Oktober 2008 melalui suratnya o.10/67/KEP.GBI/DpG/2008, maka pada tanggal 17 November 2008 PT. Bank BRISyariah Tbk secara resmi beroperasi. Kemudian PT. Bank BRISyariah Tbk merubah kegiatan usaha yang semula beroperasi secara konvensional, kemudian diubah menjadi kegiatan perbankan berdasarkan prinsip syariah Islam.

Dua tahun lebih PT. Bank BRISyariah Tbk hadir mempersembahkan sebuah bank ritel modern terkemuka dengan layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna. Melayani nasabah dengan pelayanan prima (*service excellence*) dan menawarkan beragam produk yang sesuai harapan nasabah dengan prinsip syariah.

Kehadiran PT. Bank BRISyariah Tbk di tengah-tengah industri perbankan nasional dipertegas oleh makna pendar cahaya yang mengikuti logo perusahaan. Logo ini menggambarkan keinginan dan tuntutan masyarakat terhadap sebuah bank modern sekelas PT. Bank BRISyariah

Tbk yang mampu melayani masyarakat dalam kehidupan modern. Kombinasi warna yang digunakan merupakan turunan dari warna biru dan putih sebagai benang merah dengan *brand* PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk.,

Aktivitas PT. Bank BRISyariah Tbk semakin kokoh setelah pada 19 Desember 2008 ditandatangani akta pemisahan Unit Usaha Syariah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., untuk melebur ke dalam PT. Bank BRISyariah Tbk (proses *spin off*) yang berlaku efektif pada tanggal 1 Januari 2009. Penandatanganan dilakukan oleh Bapak Sofyan Basir selaku Direktur Utama PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., dan Bapak Ventje Rahardjo selaku Direktur Utama PT. Bank BRISyariah Tbk.

Saat ini PT. Bank BRISyariah Tbk menjadi bank syariah ketiga terbesar berdasarkan asset, jumlah pembiayaan dan perolehan dana pihak ketiga. Dengan berfokus pada segmen menengah bawah, PT. Bank BRISyariah Tbk menargetkan menjadi bank ritel modern terkemuka dengan berbagai ragam produk dan layanan perbankan.

Sesuai dengan visinya, saat ini PT. Bank BRISyariah Tbk merintis sinergi dengan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., dengan memanfaatkan jaringan kerja PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk., sebagai Kantor Layanan Syariah dalam mengembangkan bisnis yang berfokus kepada kegiatan penghimpunan dana masyarakat dan kegiatan konsumen berdasarkan prinsip syariah.

2. Visi dan Misi

a. Visi BRISyariah

Menjadi bank ritel modern terkemuka dengan ragam layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna.

b. Misi BRISyariah

- (1) Memahami keragaman individu dan mengakomodasi beragam kebutuhan finansial nasabah.
- (2) Menyediakan produk dan layanan yang mengedepankan etika sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.
- (3) Menyediakan akses ternyaman melalui berbagai sarana kapanpun dan dimanapun.
- (4) Memungkinkan setiap individu untuk meningkatkan kualitas hidup dan menghadirkan ketentraman pikiran

2. Produk BRISyariah

1) Produk Perbankan Personal

a) Tabungan Faedah BRISyariah

Produk simpanan dari BRISyariah untuk nasabah perorangan yang menginginkan kemudahan transaksi keuangan sehari-hari.

b) Tabungan Haji BRISyariah

Merupakan produk simpanan yang menggunakan akad Bagi Hasil sesuai dengan prinsip syariah Khusus bagi calon Haji

yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan Biaya Perjalanan Ibadah Haji (BPIH).

c) Tabungan Impian BRISyariah

Produk simpanan berjangka dari BRISyariah untuk nasabah perorangan yang dirancang untuk mewujudkan impian nasabahnya (kurban, pendidikan, liburan, belanja) dengan terencana memakai mekanisme *autodebet* setoran rutin bulanan.

d) Simpanan Faedah BRISyariah

Merupakan simpanan dana pihak ketiga dengan akad *Mudharabah* dimana nasabah sebagai pemilik dana dan bank sebagai pengelola dana, dengan pembagian hasil usaha antara kedua belah pihak berdasarkan nisbah dan jangka waktu yang disepakati antara Bank dengan Nasabah.

e) Simpanan Pelajar (Simpel) BRISyariah

Tabungan untuk siswa yang diterbitkan secara nasional oleh bank-bank di Indonesia dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini.

f) Giro Faedah Mudharabah BRISyariah

Merupakan simpanan investasi dana nasabah pada BRISyariah dengan menggunakan akad *Mudharabah Mutlaqah* yang

penarikannya dapat dilakukan sesuai kesepakatan dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana perintah pembayaran lainnya, atau dengan pemindahbukuan.

g) Deposito BRISyariah

Merupakan produk simpanan berjangka menggunakan Akad Bagi Hasil sesuai prinsip syariah bagi nasabah perorangan maupun perusahaan yang memberikan keuntungan optimal.

2) Perbankan Bisnis

a) Deposito BRISyariah

Merupakan produk simpanan berjangka menggunakan Akad Bagi Hasil sesuai prinsip syariah bagi nasabah perorangan maupun perusahaan yang memberikan keuntungan optimal,

b) Giro BRISyariah

Produk simpanan dari BRISyariah bagi nasabah perorangan maupun perusahaan untuk kemudahan transaksi bisnis sehari-hari dimana panarikan dana menggunakan cek dan bilyet giro.

3) Jasa Perbankan Lainnya

a) *Employee Benefit Program* (EmBP)

Adalah program kerjasama dengan suatu perusahaan yang dituangkan dalam Master Agreement berupa pemberian fasilitas pembiayaan langsung kepada Karyawan/ti dari perusahaan yang memenuhi kriteria Bank BRISyariah dengan persyaratan yang relatif mudah/ringan bagi Karyawan/ti.

b) Sukuk Negara Tabungan

Surat Berharga Syariah Negara (SBSN) yang merupakan tabungan investasi orang perseorangan Warga Negara Indonesia yang ditawarkan dalam mata uang Rupiah melalui Agen Penjual yang diterbitkan tanpa warkat, tidak dapat diperdagangkan dan dialihkan. Selanjutnya disebut Sukuk Tabungan.

c) Sukuk Negara Ritel Pasar Perdana

Surat Berharga Negara yang diterbitkan oleh Pemerintah Republik Indonesia berdasarkan Prinsip Syariah sebagai bukti atas bagian penyertaan terhadap aset Surat Berharga Syariah Negara, dijual khusus kepada individu atau perorangan Warga Negara Indonesia melalui Agen Penjual di Pasar Perdana dalam negeri.

d) Sukuk Negara Pasar Sekunder

Surat Berharga Negara yang diterbitkan oleh Pemerintah Republik Indonesia berdasarkan Prinsip Syariah sebagai bukti atas bagian penyertaan terhadap aset Surat Berharga Syariah Negara, dijual khusus kepada individu atau perorangan Warga Negara Indonesia melalui Agen Penjual di Pasar Perdana dalam negeri.¹

¹ Profil BRISyariah dalam www.brisyariah.co.id diakses pada 10 Februari 2020.

B. Deskripsi Responden

Untuk memudahkan dalam mengidentifikasi responden dalam penelitian ini (nasabah BRISyariah Tulungagung), maka diperlukan gambaran mengenai karakteristik responden. Adapun gambaran karakteristik responden adalah sebagai berikut :

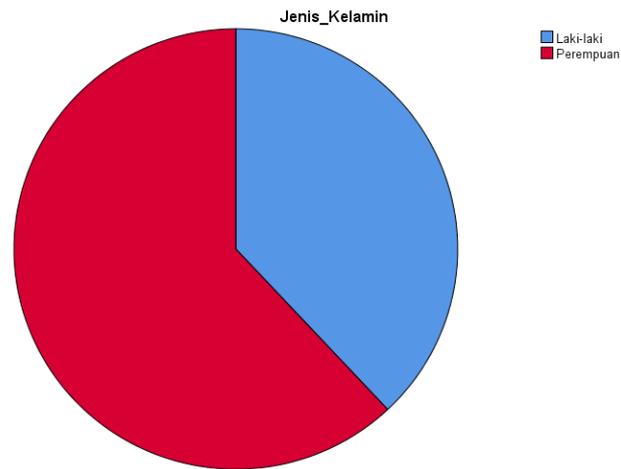
1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin					
		Freque ncy	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	38	38.0	38.0	38.0
	Perempuan	62	62.0	62.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber :Data primer diolah,2020

Berdasarkan data pada tabel 4.1 diatas, dapat diketahui tentang jenis kelamin responden nasabah BRI Syariah Tulungagung yang diambil untuk dijadikan sebagai responden. Menunjukkan bahwa mayoritas responden berjenis kelamin perempuan, yaitu sebanyak 62 orang dan sebanyak 38 orang berjenis kelamin laki-laki. Lebih jelasnya persentase frekuensi jenis kelamin ini divisualisasikan dalam bentuk diagram lingkaran di bawah ini.



Gambar 4.1 Diagram lingkaran jenis kelamin

2. Karakteristik Berdasarkan Usia

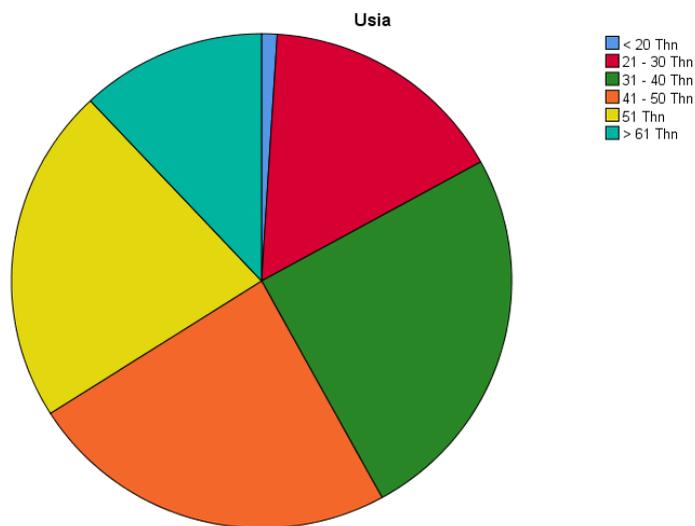
Tabel 4.2
Usia Responden

		Usia			
		Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 20 Thn	1	1.0	1.0	1.0
	21 - 30 Thn	16	16.0	16.0	17.0
	31 - 40 Thn	25	25.0	25.0	42.0
	41 - 50 Thn	24	24.0	24.0	66.0
	51 Thn	22	22.0	22.0	88.0
	> 61 Thn	12	12.0	12.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data primer diolah,2020

Berdasarkan tabel tersebut memberikan informasi sebagian besar responden BRI Syariah Tulungagung berumur 31-40 tahun, serta memberikan informasi bahwa usia responden kurang dari 20 tahun

sebanyak 1 orang (1,0%), usia 21-30 tahun sebanyak 16 orang (16,0%), usia 31-40 tahun sebanyak 25 orang (25,0%), usia 41-50 tahun sebanyak 24 orang (24,0%), usia 51 tahun sebanyak 22 orang (22,0%) dan usia lebih dari 61 tahun sebanyak 12 orang (12,0%). Lebih jelasnya persentase frekuensi usia ini divisualisasikan dalam bentuk diagram lingkaran di bawah ini.



Gambar 4.2 Diagram lingkaran jenis usia

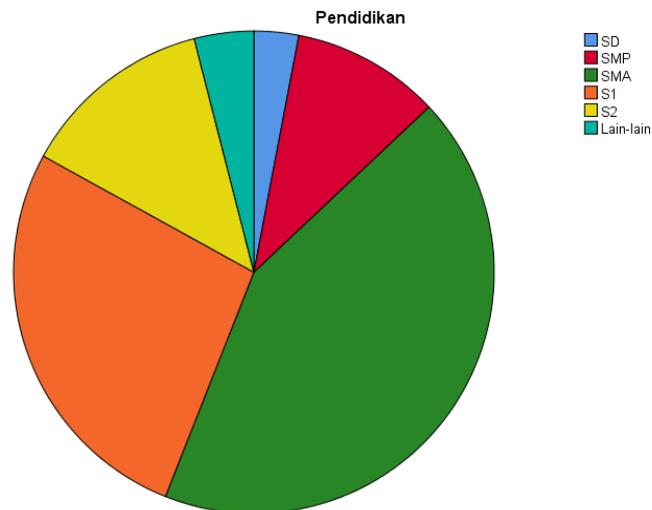
3. Karakteristik Berdasarkan Pendidikan

Tabel 4.3
Pendidikan Responden

Pendidikan					
		Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SD	3	3.0	3.0	3.0
	SMP	10	10.0	10.0	13.0
	SMA	43	43.0	43.0	56.0
	S1	27	27.0	27.0	83.0
	S2	13	13.0	13.0	96.0
	Lain-lain	4	4.0	4.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data primer diolah,2020

Berdasarkan data pada tabel 4.3 menunjukkan bahwa nasabah BRI Syariah Tulungagung yang diambil sebagai responden sebagian besar memiliki latar belakang pendidikan tamat SMA. Berdasarkan tabel tersebut, memberikan informasi bahwa responden yang memiliki latar belakang pendidikan tamat SD sebanyak 3 orang, memiliki latar belakang pendidikan SMP sebanyak 10 orang, yang memiliki latar belakang pendidikan SMA sebanyak 43 orang, yang memiliki latar belakang pendidikan S1 sebanyak 27 orang, yang memiliki latar belakang pendidikan S2 sebanyak 13 orang dan yang tidak memiliki latar belakang berpendidikan sekolah umum sebanyak 4 orang. Lebih jelasnya persentase frekuensi pendidikan ini divisualisasikan dalam bentuk diagram lingkaran di bawah ini.



Gambar 4.3 Diagram lingkaran jenis pendidikan

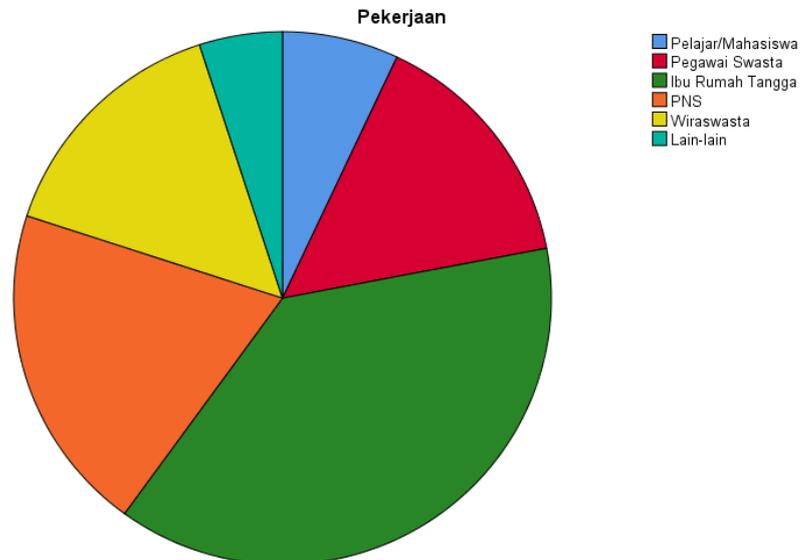
4. Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.4
Pekerjaan Responden

		Pekerjaan			
		Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/Mahasiswa	7	7.0	7.0	7.0
	Pegawai Swasta	15	15.0	15.0	22.0
	Ibu Rumah Tangga	38	38.0	38.0	60.0
	PNS	20	20.0	20.0	80.0
	Wiraswasta	15	15.0	15.0	95.0
	Lain-lain	5	5.0	5.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data primer diolah,2020

Berdasarkan data pada tabel 4.4 menunjukkan bahwa nasabah BRI Syariah Tulungagung yang diambil sebagai responden sebagian besar adalah ibu rumah tangga. Berdasarkan tabel tersebut, memberikan informasi pekerjaan, yang berstatus sebagai pelajar/mahasiswa sebanyak 7 orang, yang memiliki pekerjaan sebagai pegawai swasta sebanyak 15 orang, responden yang berstatus sebagai ibu rumah tangga sebanyak 38 orang, yang memiliki pekerjaan sebagai PNS sebanyak 20 orang, yang memiliki pekerjaan sebagai wiraswasta sebanyak 15 orang, yang memiliki pekerjaan lainnya sebanyak 5 orang. Lebih jelasnya persentase frekuensi pekerjaan ini divisualisasikan dalam bentuk diagram.



Gambar 4.4 Diagram lingkaran jenis pekerjaan

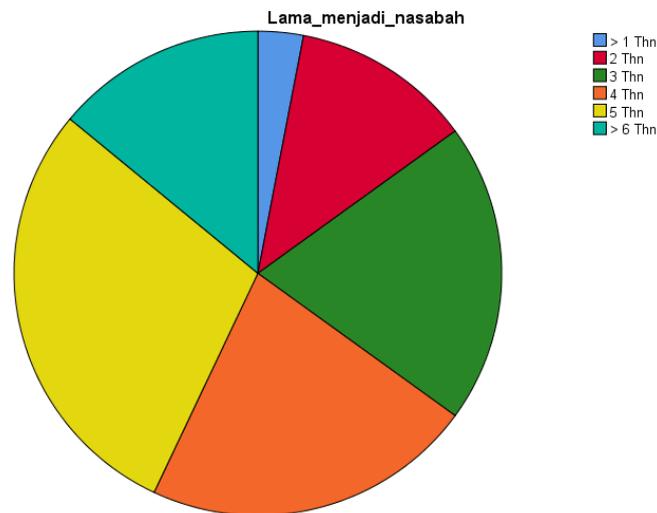
5. Karakteristik Berdasarkan Lama menjadi Nasabah

Tabel 4.5
Lama Menjadi Nasabah BRIS

Lama_menjadi_nasabah					
		Freque ncy	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	> 1 Thn	3	3.0	3.0	3.0
	2 Thn	12	12.0	12.0	15.0
	3 Thn	20	20.0	20.0	35.0
	4 Thn	22	22.0	22.0	57.0
	5 Thn	29	29.0	29.0	86.0
	> 6 Thn	14	14.0	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Data primer diolah, 2020

Berdasarkan data pada tabel 4.5 menunjukkan bahwa sebagian besar dari responden nasabah BRI Syariah Tulungagung yang diambil sebagai responden, sudah menjadi nasabah selama 5 tahun. Berdasarkan tabel diatas, memberikan informasi mengenai lamanya responden menjadi nasabah BRI Syariah Tulungagung , responden > 1 tahun sebanyak 3 orang, 2 tahun sebanyak 12 orang, 3 tahun sebanyak 20 orang, 4 tahun sebanyak 22 orang, 5 tahun sebanyak 29 orang dan lebih dari 6 tahun sebanyak 14 tahun. Lebih jelasnya persentase frekuensi lamanya responden menjadi nasabah BRI Syariah Tulungagung ini divisualisasikan dalam bentuk diagram lingkaran di bawah ini.



Gambar 4.5 Diagram lingkaran jenis lama menjadi nasabah

C. Uji Validitas dan Rentabilitas Instrumen

Untuk menguji validitas dan rentabilitas instrument, penulis menggunakan analisis dengan SPSS. Berikut ini adalah hasil pengujian validitas dari data yang diperoleh penulis. Untuk tingkat validitas dilakukan uji signifikan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Untuk *degree of freedom* (df) = $n - 2$ dalam hal ini n adalah jumlah sampel. Pada kasus ini besarnya df dapat dihitung $100 - 2$ atau $df = 98$ dengan $\alpha 0.05$ didapat $R_{tabel} =$ Jika R_{hitung} (dilihat dari kolom corrected item pernyataan total correlation) lebih besar dari R_{tabel} dan nilai R positif, maka butir pernyataan dikatakan valid.

Uji reliabilitas digunakan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid. Suatu kuesioner dikatakan reliable jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan reliable jika memiliki *Cronbach Alpha* > 0,60.

Uji validitas dari 40 item pernyataan dengan tingkat signifikan 5% dan $df = 98$ orang diperoleh R_{tabel} sebesar 0,1654 maka hasil pengujian validitas adalah sebagai berikut :

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Item Pertanyaan	<i>Item Total Correlation</i>	R tabel	Keterangan
X				
Ikatan Emosi	Ikatan Emosi 1	,342	0,1654	VALID
	Ikatan Emosi 2	,500	0,1654	VALID
	Ikatan Emosi 3	,517	0,1654	VALID
	Ikatan Emosi 4	,623	0,1654	VALID
	Ikatan Emosi 5	,706	0,1654	VALID
	Ikatan Emosi 6	,570	0,1654	VALID
	Ikatan Emosi 7	,365	0,1654	VALID
	Ikatan Emosi 8	,476	0,1654	VALID
Kepercayaan	Kepercayaan 1	,723	0,1654	VALID
	Kepercayaan 2	,493	0,1654	VALID
	Kepercayaan 3	,457	0,1654	VALID
	Kepercayaan 4	,414	0,1654	VALID
	Kepercayaan 5	,723	0,1654	VALID
	Kepercayaan 6	,205	0,1654	VALID
	Kepercayaan 7	,573	0,1654	VALID
	Kepercayaan 8	,570	0,1654	VALID
Kemudahan	Kemudahan 1	,574	0,1654	VALID

	Kemudahan 2	,562	0,1654	VALID
	Kemudahan 3	,451	0,1654	VALID
	Kemudahan 4	,461	0,1654	VALID
	Kemudahan 5	,273	0,1654	VALID
	Kemudahan 6	,569	0,1654	VALID
	Kemudahan 7	,676	0,1654	VALID
	Kemudahan 8	,546	0,1654	VALID
Pengalaman	Pengalaman 1	,584	0,1654	VALID
	Pengalaman 2	,599	0,1654	VALID
	Pengalaman 3	,665	0,1654	VALID
	Pengalaman 4	,618	0,1654	VALID
	Pengalaman 5	,568	0,1654	VALID
	Pengalaman 6	,489	0,1654	VALID
	Pengalaman 7	,501	0,1654	VALID
	Pengalaman 8	,590	0,1654	VALID
Y				
Loyalitas	Loyalitas 1	,582	0,1654	VALID
	Loyalitas 2	,636	0,1654	VALID
	Loyalitas 3	,648	0,1654	VALID
	Loyalitas 4	,559	0,1654	VALID
	Loyalitas 5	,453	0,1654	VALID
	Loyalitas 6	,345	0,1654	VALID
	Loyalitas 7	,433	0,1654	VALID
	Loyalitas 8	,384	0,1654	VALID

Sumber: Data primer diolah,2020

Dari data tabel diatas dapat diketahui bahwa masing-masing item pertanyaan memiliki $R_{hitung} >$ dari R_{tabel} 0,1654 dan bernilai positif. Dengan demikian butir pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

Tabel 4.7
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Reabilitas Coefficient	Cronbach Alpha	Keterangan
X			
Ikatan Emosi	8 Item pertanyaan	,615	Reliabel
Kepercayaan	8 Item pertanyaan	,628	Reliabel
Kemudahan	8 Item pertanyaan	,613	Reliabel
Pengalaman	8 Item pertanyaan	,702	Reliabel
Y			
Loyalitas	8 Item pertanyaan	,623	Reliabel

Sumber: Data primer diolah,2020

Dari data tabel diatas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki *Alpha Cronbach* $>$ dari 0,60 menunjukkan bahwa variabel kepuasan, ikatan emosi, kepercayaan, kemudahan, pengalaman dan loyalitas dapat dikatakan valid.

D. Hasil Analisis Data

1. Uji Normalitas

Pada uji normalitas data ini digunakan uji normalitas data menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* yang dipadukan dengan kurva Normal P-P Plots, maka untuk mengetahui *normalitas* dari data peneliti menyajikan tabel sebagai berikut :

Tabel 4.8
Nilai Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1.42414937
Most Extreme Differences	Absolute	.070
	Positive	.043
	Negative	-.070
Kolmogorov-Smirnov Z		.702
Asymp. Sig. (2-tailed)		.708
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

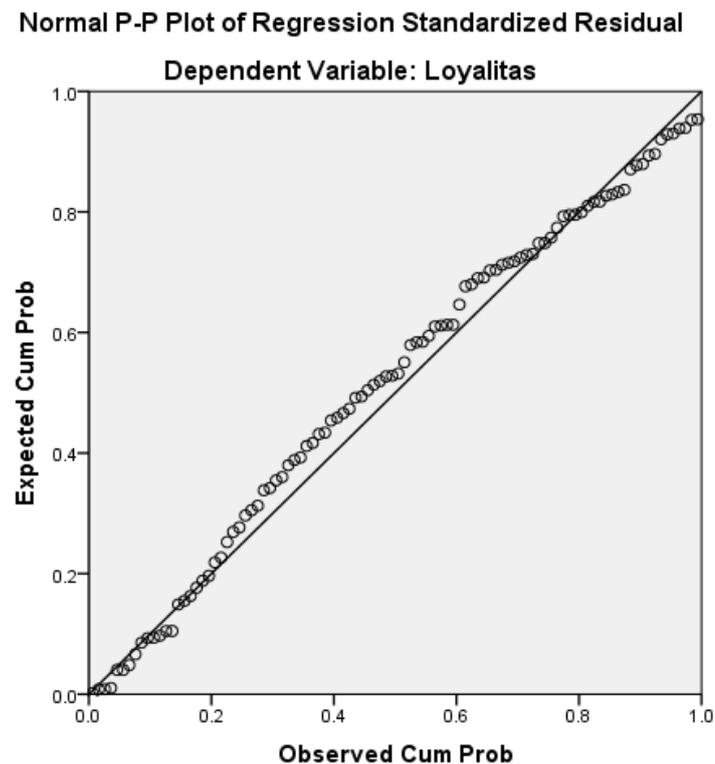
Sumber: data primer diolah,2020

Dari tabel *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* diperoleh angka probabilitas atau Asymp. Sig. (2-tailed). Nilai ini dibandingkan dengan 0,05 untuk pengambilan keputusan dengan pedoman bahwa, apabila nilai Sig. atau signifikansi atau probabilitas $< 0,05$ distribusi data adalah tidak

normal, dan apabila nilai Signifikasi atau nilai probabilitas $> 0,05$ distribusi data adalah normal. Data diatas menunjukkan bahwa nilai signifikasi $0,708 > 0,05$. Jadi, dapat dikatakan bahwa uji normalitas dengan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* data berdistribusi normal.

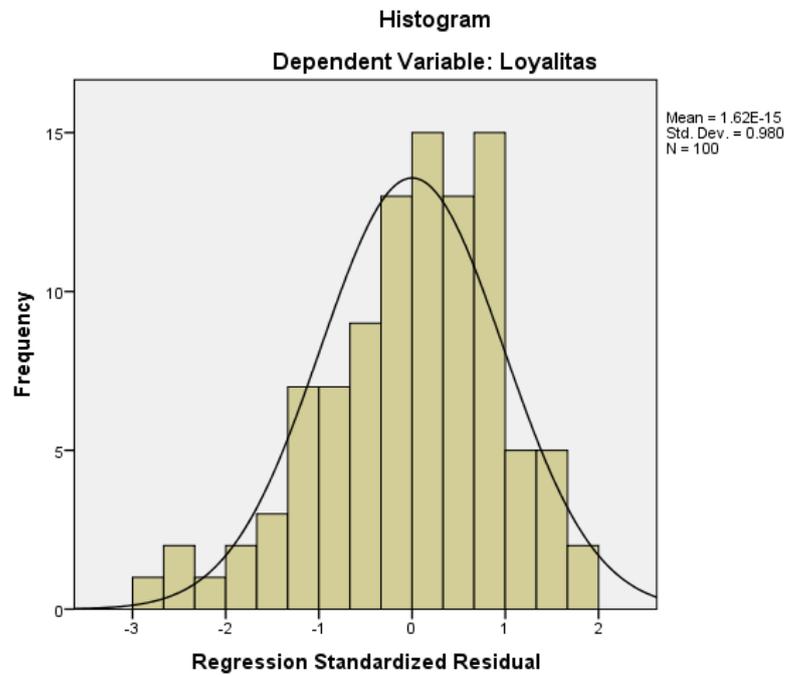
Selanjutnya akan dipadukan dengan uji Normal P-Plot dengan gambar sebagai berikut:

Gambar 4.6
Uji P-Plot



Pada normalitas data dengan Normal P-Plot gambar 4.6, data pada variabel yang digunakan dinyatakan berdistribusi normal. Suatu variabel dikatakan normal jika gambar distribusi dengan titik-titik data yang menyebar di sekitar garis diagonal dan penyebaran titik-titik data searah mengikuti garis diagonal.

Gambar 4.7
Grafik Histogram



Gambar 4.7 memperlihatkan penyebaran disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, ini menunjukkan bahwa model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Tabel 4.9
Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Ikatan_Emosi	.750	1.334
	Kepercayaan	.855	1.170
	Kemudahan	.685	1.461
	Pengalaman	.959	1.042

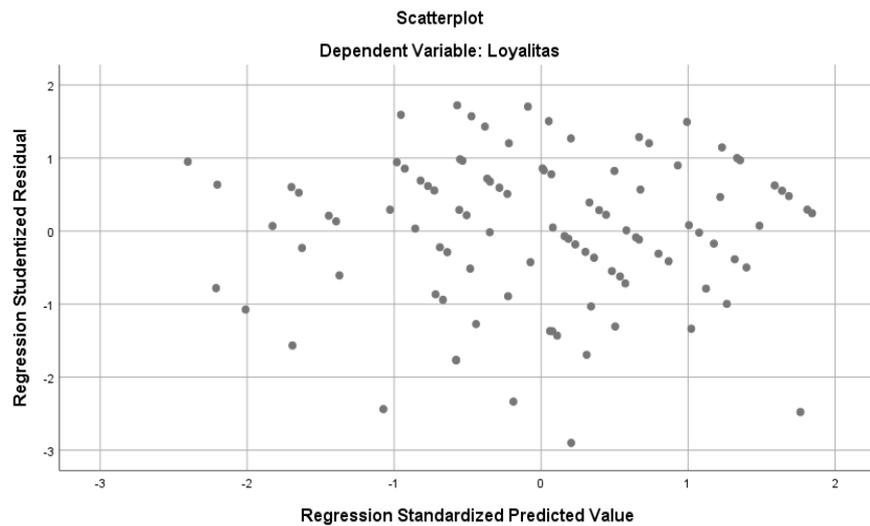
a. Dependent Variable: Loyalitas

Sumber: Data primer diolah, 2020

Dari hasil pengujian multikolinearitas yang dilakukan diketahui bahwa nilai *variance factor* (VIF) yaitu Ikatan Emosi; 1,134 ; Kepercayaan: 1,170 ; Kemudahan: 1,461 dan Pengalaman: 1,042 lebih dari 10, sehingga bisa dapat dikatakan variabel-variabel independen terbebas dari asumsi klasik multikolinearitas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.8
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Dari gambar 4.10 diatas terlihat titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y, tidak ada pola tertentu yang teratur. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi ini.

c. Uji Autokorelasi

Tabel 4.10
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.829 ^a	.687	.674	1.454	2.267
a. Predictors: (Constant), Pengalaman, Ikatan_Emosi, Kepercayaan, Kemudahan					
b. Dependent Variable: Loyalitas					

Sumber: Data Primer diolah, 2020

Dari tabel diatas nilai *Durbin-Watson* sebesar 2,267. Jika $du < d < 4-du$, tidak terdapat autokolerasi, dimana nilai $du = 1,758$. $d = 2,267$. $dl = 1,592$ dan $4-dl = 2,407$. Sehingga $1,758 < 2,267 < 2,407$. Maka terbebas dari asumsi klasik autokorelasi.

E. Uji Regresi Berganda

Tabel 4.11
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	-7.263	3.500
	Ikatan_Emosi	.369	.060
	Kepercayaan	.439	.053
	Kemudahan	.310	.073
	Pengalaman	.106	.050

a. Dependen Variable : Loyalitas
Sumber: Data primer diolah, 2020

Dari hasil tabel 4.12 di atas, maka didapat persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = -7,263 + 0,369(X1) + 0,439(X2) + 0,310(X3) + 0,106(X4)$$

Dimana :

Y = Loyalitas Nasabah

X1 = Ikatan Emosi

X2 = Kepercayaan

X3 = Kemudahan

X4 = Pengalaman

Keterangan :

- a. Nilai konstanta sebesar -7,263 menyatakan bahwa, jika dalam keadaan konstanta (tetap) variabel ikatan emosi, kepercayaan, kemudahan dan

pengalaman nilainya adalah 0 maka loyalitas nasabah (Y) dalam implementasi *customer relationship management* di BRI Syariah Tulungagung nilainya negatif sebesar -7,263 satu satuan.

- b. Nilai koefisien regresi ikatan emosi (X1) sebesar 0,369 menyatakan bahwa, apabila ikatan emosi (X1) mengalami peningkatan (membaik) 1 satuan maka akan meningkatkan loyalitas nasabah (Y) sebesar 0,369 dengan asumsi nilai variabel lain tetap. Artinya semakin baik ikatan emosi maka akan menambah tingkat loyalitas nasabah dalam implementasi *customer relationship management* di BRI Syariah Tulungagung. Dan sebaliknya, jika variabel ikatan emosi (X1) mengalami penurunan 1 satuan maka tingkat loyalitas nasabah (Y) juga mengalami penurunan sebesar 0,369. Sehingga, ikatan emosi dan loyalitas nasabah terjadi hubungan positif.
- c. Nilai koefisien regresi kepercayaan (X2) sebesar 0,439 menyatakan bahwa, apabila kepercayaan (X2) mengalami peningkatan (membaik) 1 satuan maka akan meningkatkan loyalitas nasabah (Y) sebesar 0,439 dengan asumsi nilai variabel lain tetap. Artinya semakin baik kepercayaan maka akan menambah tingkat loyalitas nasabah dalam implementasi *customer relationship management* di BRI Syariah Tulungagung. Dan sebaliknya, jika variabel kepercayaan (X2) mengalami penurunan 1 satuan maka tingkat loyalitas nasabah (Y) juga mengalami penurunan sebesar 0,439. Sehingga, kepercayaan dan loyalitas nasabah terjadi hubungan positif.

- d. Nilai koefisien regresi kemudahan (X3) sebesar 0,310 menyatakan bahwa, apabila kemudahan (X3) mengalami peningkatan (membaik) 1 satuan maka akan meningkatkan loyalitas nasabah (Y) sebesar 0,310 dengan asumsi nilai variabel lain tetap. Artinya semakin baik kemudahan maka akan menambah tingkat loyalitas nasabah dalam implementasi *customer relationship management* di BRI Syariah Tulungagung. Dan sebaliknya, jika variabel kemudahan (X3) mengalami penurunan 1 satuan maka tingkat loyalitas nasabah (Y) juga mengalami penurunan sebesar 0,310. Sehingga, kemudahan dan loyalitas nasabah terjadi hubungan positif.
- e. Nilai koefisien regresi pengalaman (X4) sebesar 0,106 menyatakan bahwa, apabila pengalaman (X4) mengalami peningkatan (membaik) 1 satuan maka akan meningkatkan loyalitas nasabah (Y) sebesar 0,106 dengan asumsi nilai variabel lain tetap. Artinya semakin baik pengalaman maka akan menambah tingkat loyalitas nasabah dalam implementasi *customer relationship management* di BRI Syariah Tulungagung. Dan sebaliknya, jika variabel pengalaman (X4) mengalami penurunan 1 satuan maka tingkat loyalitas nasabah (Y) juga mengalami penurunan sebesar 0,106. Sehingga, kemudahan dan loyalitas nasabah terjadi hubungan positif.

F. Uji Hipotesis

a. Uji Hipotesis secara Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, dimana jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka uji regresi dikatakan signifikan atau dengan melihat angka signifikan. Jika nilai $sig. < \text{tingkat signifikan}$ ($\alpha = 0,05$), maka secara parsial atau sendiri-sendiri variabel independen mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Dengan ketentuan sebagai berikut :

H_0 : Artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

H_a : Artinya terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Untuk mengetahui besarnya masing-masing variabel independen secara parsial (individu) terhadap variabel dependen dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 4.12
Hasil Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-7.263	3.500		-2.076	.041
	Ikatan_Emosi	.369	.060	.409	6.172	.000
	Kepercayaan	.439	.053	.511	8.234	.000
	Kemudahan	.310	.073	.294	4.234	.000
	Pengalaman	.106	.050	.125	2.139	.035

a. Dependent Variable: Loyalitas

Sumber: Data primer diolah, 2020

Diketahui bahwa t tabel untuk $df = 100 - 2 = 98$ dengan signifikan 5% adalah 1,670. Untuk mengetahui apakah hipotesa yang diajukan adalah signifikan atau tidak, maka perlu membandingkan antara t-hitung dengan t-tabel. Dimana jika nilai t-hitung $>$ t-tabel, maka hipotesa dapat diterima, dan sebaliknya, jika t-hitung $<$ t-tabel maka hipotesis 1 diatas tidak dapat diterima.

- 1) Hipotesis 1 yang berbunyi : Ikatan emosi berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah dalam implementasi *customer relationship management* di BRI Syariah Tulungagung.

Dari tabel 4.12, diketahui bahwa nilai t-hitung ikatan emosi adalah 6,172 t-hitung lebih besar dibandingkan dengan t-tabel, dan nilai sig. 0,000 < tingkat signifikan ($\alpha = 0,05$). Artinya, ikatan emosi berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah dalam implementasi *customer relationship management* di BRI Syariah Tulungagung dengan kata lain H_a diterima.

- 2) Hipotesis 2 yang berbunyi : Kepercayaan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah dalam implementasi *customer relationship management* di BRI Syariah Tulungagung.

Dari tabel 4.12, diketahui bahwa nilai t-hitung kepercayaan adalah 8,234 t-hitung lebih besar dibandingkan dengan t-tabel, dan nilai sig. 0,000 < tingkat signifikan ($\alpha = 0,05$). Artinya, kepercayaan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah dalam implementasi *customer relationship management* di BRI Syariah Tulungagung dengan kata lain H_a diterima.

- 3) Hipotesis 3 yang berbunyi : Kemudahan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah dalam implementasi *customer relationship management* di BRI Syariah Tulungagung.

Dari tabel 4.12, diketahui bahwa nilai t-hitung kemudahan adalah 4,234 , t-hitung lebih besar dibandingkan dengan t-tabel, dan

nilai sig. 0,000 < tingkat signifikan ($\alpha = 0,05$). Artinya, kemudahan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah dalam implementasi *customer relationship management* di BRI Syariah Tulungagung dengan kata lain H_a diterima.

- 4) Hipotesis 4 yang berbunyi : Pengalaman berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah dalam implementasi *customer relationship management* di BRI Syariah Tulungagung.

Dari tabel 4.12, diketahui bahwa nilai t-hitung pengalaman adalah 2,139 t-hitung lebih besar dibandingkan dengan t-tabel, dan nilai sig. 0,035 < tingkat signifikan ($\alpha = 0,05$). Artinya, pengalaman berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah dalam implementasi *customer relationship management* di BRI Syariah Tulungagung dengan kata lain H_a diterima.

b. Uji Hipotesis secara Serentak (Uji f)

Tabel 4.13
Hasil Uji Hipotesis Serentak (Uji f)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	441.448	4	110.362	52.215	.000 ^b
	Residual	200.792	95	2.114		
	Total	642.240	99			
a. Dependent Variable: Loyalitas						
b. Predictors: (Constant), Pengalaman, Ikatan_Emosi, Kepercayaan, Kemudahan						

Sumber: data primer diolah, 2020

Dari hasil output diatas (ANOVA) , terbaca nilai F hitung sebesar 52,215 dan F tabel sebesar 2,46. Sehingga dapat diketahui bahwa ($52,215 > 2,46$) dan nilai sig. (0,000) lebih kecil dari taraf signifikan ($\alpha = 0,05$). Hasil uji statistik menunjukkan bahwa variabel independen (ikatan emosi, kepercayaan, kemudahan dan pengalaman) secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah dalam implementasi *customer relationship management* di BRI Syariah Tulungagung.

Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis 5 yang berbunyi “ikatan emosi, kepercayaan, kemudahan dan pengalaman berpengaruh

signifikan terhadap tingkat loyalitas nasabah dalam implementasi *Customer Relationship Management* di BRI Syariah Tulungagung”, dapat diterima.

G. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 4.15
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.829 ^a	.687	.674	1.454	2.267
a. Predictors: (Constant), Pengalaman, Ikatan_Emosi, Kepercayaan, Kemudahan					
b. Dependent Variable: Loyalitas					

Sumber : data primer dioalah,2020

Modal Summary pada tabel diatas adalah:

- a. Angka *R Square* menunjukkan sebesar 0,687 atau 69% hal ini berarti korelasi atau hubungan antara 4 variabel independen (ikatan emosi, kepercayaan, kemudahan dan pengalaman) terhadap loyalitas nasabah dalam implementasi *customer relationship management* di BRI Syariah Tulungagung adalah sebesar 69% sangat tinggi.

- b. *Adjusted R Square* digunakan jika jumlah variabel independen lebih dari dua. Nilai *Adjusted R Square* pada model ini adalah 0,674 hal ini berarti 57,4% variabel loyalitas nasabah dalam implementasi *customer relationship management* di BRI Syariah Tulungagung bisa dijelaskan variabel ikatan emosi, kepercayaan, kemudahan dan pengalaman, sedangkan sisanya ($100\% - 57,4\% = 42,6\%$) dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain yang tidak dijelaskan pada penelitian ini.
- c. *Std. Error of the Estimate* sebesar 1,454, semakin kecil nilai *Std. Error of the Estimate* akan membuat regresi semakin tepat dalam memprediksi variabel dependen.