

BAB V

PEMBAHASAN

A. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri

Berdasarkan hasil output statistik menunjukkan bahwa pada uji validitas dan reliabilitas pada tabel kolom *Corrected Item Correlation* dan *Cronbach Alpha* variabel kualitas pelayanan teruji valid dan reliabel.

Pada uji normalitas dalam tabel *One-Sample Kolomogrove-Smirnov Test* diperoleh angka *Asymp.Sig 0,101* dan nilai tersebut lebih besar dari nilai taraf signifikansi 0,05 maka berkontribusi normal. Sedangkan untuk uji multikolinearitas diketahui nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) sebesar 1,636 maka variabel kualitas pelayanan terbebas dari gejala multikolinearitas karena hasil VIF lebih kecil dari 10. Pada gambar uji heterokedastitas menunjukkan tidak mempunyai pola yang teratur, sehingga dapat disimpulkan menunjukkan tidak terjadi heteroskedastitas

Dari hasil uji regresi linier berganda yang menunjukkan koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,204 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena positif) 1 satu satuan pada variabel kualitas pelayanan akan meningkatkan loyalitas nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri.

Dari hasil uji t menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Dimana

diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,912 > 1,66123$) dengan signifikansi t_{tabel} 0,05, sehingga H_a diterima yang berarti “ *ada pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri*”.

Hasil penelitian ini sejalan dengan jurnal penelitian yang dilakukan oleh Ifa Khairul Janah yang menyatakan bahwa sistem pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pada BMT Amanah Waleri.¹ Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler yang menyatakan bahwa pelayanan adalah setiap kegiatan yang menguntungkan dalam suatu kumpulan atau kesatuan, dan menawarkan kepuasan meskipun hasilnya tidak terikat pada suatu produk atau fisik.²

Tingkat kualitas pelayanan tidak dapat dinilai berdasarkan sudut pandang perusahaan tetapi harus dipandang pelanggan/nasabah. Karena itu, dalam merumuskan strategi dan program pelayanan, perusahaan harus berorientasi pada kepentingan pelanggan dengan memperhatikan komponen kualitas pelanggan atau nasabah. pelayanan yang baik akan membuat pelanggan atau nasabah merasa puas. Kalau pelanggan atau nasabah puas maka mereka juga akan loyal terhadap lembaga tersebut.

Dari penelitian diatas, sehingga dapat disimpulkan kualitas pelayanan dapat meningkatkan jumlah nasabah yang tertarik akan pelayanan yang diberikan lembaga tersebut. Dengan adanya kualitas

¹ Ifa Khairul Janah, *Pengaruh Sistem Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada BMT Amanah Waleri*, (Semarang: Skripsi diterbitkan, 2011)

² Philip Kotler dan Kevin Lanne Keller, *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas*, (Jakarta: Erlangga, 2008) hal, 143

pelayanan yang baik maka masyarakat dapat terpengaruh menjadi nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri.

B. Pengaruh Tingkat Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri

Berdasarkan hasil output statistik menunjukkan bahwa pada uji validitas dan reliabilitas pada tabel kolom *Corrected Item Correlation* dan *Cronbach Alpha* variabel tingkat kepuasan teruji valid dan reliabel.

Pada uji normalitas dalam tabel *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* diperoleh angka *Asymp.Sig. 0,101* dan nilai tersebut lebih besar dari nilai taraf signifikansi 0,05 maka berkontribusi normal. Sedangkan untuk uji multikolinearitas diketahui nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) sebesar 1,162 maka variabel tingkat kepuasan terbebas dari gejala multikolinearitas karena hasil VIF lebih kecil dari 10. Pada gambar uji heterokedastitas menunjukkan tidak mempunyai pola yang teratur, sehingga dapat disimpulkan menunjukkan tidak terjadi heteroskedastitas

Dari hasil uji regresi linier berganda yang menunjukkan koefisien regresi tingkat kepuasan sebesar 0,133 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena positif) 1 satu satuan pada variabel tingkat kepuasan akan meningkatkan loyalitas nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri. Dari hasil uji t menunjukkan bahwa tingkat kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Dimana diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (2,759 > 1,66123) dengan signifikansi t_{tabel}

0,05, sehingga H_a diterima yang berarti “ada pengaruh positif dan signifikan tingkat kepuasan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri”.

Hasil penelitian ini, juga sejalan dengan penelitian terdahulu, yang dilakukan oleh Rochmaniah yang menyatakan bahwa kepuasan nasabah merupakan keadaan yang di capai apabila produk sesuai dengan kebutuhan. Kepuasan nasabah sebagai keadaan dimana kebutuhan nasabah dapat terpenuhi melalui produk yang digunakan. Oleh karena itu setiap transaksi baru maupun lama akan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Nasabah sudah merasa puas dengan adanya dari produk-produk yang disediakan oleh BMT. Nasabah juga puas dengan bagi hasil yang ditentukan oleh BMT.³

Sehingga semakin tinggi kepuasan nasabah maka akan semakin tinggi loyalitas nasabah. dapat disimpulkan bahwasannya tingkat kepuasan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri..

C. Pengaruh Minat Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri

Berdasarkan hasil output statistik menunjukkan bahwa pada uji validitas dan reliabilitas pada tabel kolom *Corrected Item Correlation* dan *Cronbach Alpha* variabel minat nasabah teruji valid dan reliabel.

³ Ana Rochmaniah, “*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah pada BMT Tulungagung*”. (Tulungagung: Skripsi tidak diterbitkan, 2014), pada repo.iain-tulungagung.ac.id, hal. 87.

Pada uji normalitas dalam tabel *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* diperoleh angka *Asymp.Sig. 0,101* dan nilai tersebut lebih besar dari nilai taraf signifikansi 0,05 maka berkontribusi normal. Sedangkan untuk uji multikolinearitas diketahui nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* sebesar 1,565 maka variabel minat nasabah terbebas dari gejala multikolinearitas karena hasil VIF lebih kecil dari 10. Pada gambar uji heterokedastitas menunjukkan tidak mempunyai pola yang teratur, sehingga dapat disimpulkan menunjukkan tidak terjadi heteroskedastitas

Dari hasil uji regresi linier berganda yang menunjukkan koefisien regresi minat nasabah sebesar 0,642 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena positif) 1 satu satuan pada variabel minat nasabah akan meningkatkan loyalitas nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri.

Dari hasil uji t menunjukkan bahwa minat nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Dimana diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,592 > 1,66123$) dengan signifikansi t_{tabel} 0,05, sehingga H_a diterima yang berarti “*ada pengaruh positif dan signifikan minat nasabah terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri*”.

Hasil penelitian ini, juga sejalan dengan penelitian terdahulu, yang dilakukan oleh Intan Permata Suri. Bahawa minat beli berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan; dan pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan dimediasi oleh minat beli. Dari hasil penelitian ini

menunjukkan adanya hubungan yang positif dan signifikan antara variabel minat beli dengan variabel loyalitas pelanggan. Ini artinya minat beli menunjukkan pengaruh yang baik terhadap loyalitas pelanggan. Sebelum terbentuknya loyalitas pelanggan yang tinggi diperlukan minat beli yang baik pula dari pelanggan.

Bahwa minat beli terbentuk pertama sebelum terbentuknya loyalitas pelanggan. Jadi bukan langsung dari harga kepada loyalitas pelanggan. Dengan adanya harga maka minat beli akan terbentuk. Ini dicirikan dari kemampuan harga sebagai bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanan dari suatu produk. Jika semua ukuran minat beli sudah tercapai maka minat beli akan berpengaruh positif dan berarti dalam mempengaruhi peningkatan loyalitas pelanggan.⁴ Pengaruh variabel minat nasabah yang tinggi sehingga dapat meningkatkan daya minat seorang nasabah dalam menggunakan dan berhubungan dengan banknya. Dapat disimpulkan bahwasannya minat nasabah berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri.

⁴ Intan Permata , *Pengaruh harga dan minat beli terhadap loyalitas pelanggan*”, Jurnal Riset Sains Manajemen, Vol. 2, No. 1, 2018

D. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tingkat Kepuasan dan Minat Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri

Berdasarkan hasil output statistik pada deskripsi menunjukkan bahwa hubungan antara 3 variabel independen (kualitas pelayanan, tingkat kepuasan dan minat nasabah) terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri adalah kuat dengan angka R sebesar 0,949 dan mempunyai nilai Adjusted R Square pada model ini adalah 0,607 hal ini berarti 60,7% variabel loyalitas nasabah bisa dijelaskan variabel kualitas pelayanan, tingkat kepuasan dan minat nasabah, sedangkan sisanya ($100\% - 60,7\% = 39,3\%$) dijelaskan oleh sebab-sebab lain.

Setelah dilakukan pengujian statistik dengan tabel ANOVA, menunjukkan variabel kualitas pelayanan, tingkat kepuasan dan minat nasabah secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas nasabah. Diperoleh nilai Fhitung sebesar $49,913 > F_{tabel}$ sebesar 2,70 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan, tingkat kepuasan, dan minat nasabah terhadap loyalitas nasabah.

Sejalan dengan penelitian Pranata Pranama (2002) menunjukkan kualitas pelayanan, kepuasana nasabah, dan lokasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan,

kepuasan nasabah, dan lokasi secara simultan dan signifikan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa loyalitas nasabah pada Bank Rakyat Indonesia TBK kantor kan UIN Syarif Hidayatullah dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan lokasi yang diberikan Bank Rakyat Indonesia kepada nasabahnya. Perbedaan dari penelitian ini adalah ada salah satu variabel yang beda dan lokasi penelitian.⁵

⁵ Partua Pranama, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah, Dan Lokasi Terhadap Loyalitas*, (Semarang: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2002)

