

## **BAB V**

### **PEMBAHASAN**

#### **A. Pengaruh Atribut Produk terhadap Kepuasan Nasabah BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung**

Berdasarkan dari hasil penelitian yang sudah dilakukan kepada nasabah BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung, yang kemudian di analisis data dan dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan SPSS 16. Dari hasil uji t yang sudah dilakukan menunjukkan bahwa atribut produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung. Hal ini dapat diartikan bahwa atribut produk memberikan sesuatu kepuasan tersendiri kepada nasabah baik dari segi kualitas produk yang sudah diberikan dan juga sistem yang disediakan untuk memenuhi kebutuhan nasabah.

Atribut produk menjadi salah satu unsur penting yang dijadikan sebagai pengambilan keputusan oleh nasabah Bank BRISyariah dalam menilai sebuah perusahaan itu. Keseluruhan atribut produk yang ada pada Bank BRISyariah kantor kas Kediri Tulungagung sudah dianggap baik dan memenuhi kebutuhan oleh nasabah baik dari segi kualitas produk yang ada dan juga fitur-fitur yang sudah disediakan oleh bank. Sehingga hal ini dapat memberikan manfaat kepada nasabah atas layanan produk dan juga jasa yang sudah diberikan dan dapat menciptakan rasa kepuasan nasabah yang timbul pada nilai manfaat yang telah diterima oleh semua nasabah.

Hasil dari penelitian ini sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa atribut pada sebuah produk sangat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Dimana seorang konsumen akan memberikan sebuah penilaian terhadap suatu produk yang sudah di dapatkannya, semakin tinggi nilai yang diberikan konsumen terhadap produk perusahaan tersebut maka tingkat rasa kepuasan yang diterima oleh konsumen juga akan lebih tinggi.<sup>1</sup> Di dalam menilai kepuasan produk, atribut produk merupakan salah satu item yang dijadikan sebagai bahan pertimbangan oleh pelanggan untuk menilai apakah produk yang didapatkannya sudah sesuai dengan yang diharapkan. Sehingga setelah pelanggan mengkonsumsi produk tersebut maka pelanggan dapat memberikan penilaian akan manfaat dan rasa kepuasan yang sudah dirasakan oleh pelanggan.<sup>2</sup> Maka dari itu dalam perusahaan perlu dilakukan peningkatan terhadap suatu kualitas produk dengan menciptakan sesuai kebutuhan para pelanggannya.

Hasil dari penelitian ini juga diperkuat oleh penelitian yang sudah dilakukan oleh Aditia Lissa Putri, yang berjudul Pengaruh Atribut Produk Islam, Komitmen Agama, Kualitas Jasa dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah KJKJ BMT Dana Mulia Mangu dengan hasil yang menunjukkan bahwa atribut produk Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah KJKJ BMT Dana Mulia Mangu.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Handi Irawan, *10 Prinsip Kepuasan...*, hal. 37

<sup>2</sup> Griffin dan John R. Hauser, *The Voice of Customer Marketing Science, Jurnal Marketing*, Vol. 12 No. 1, 1993

<sup>3</sup> Aditia Lissa Putri, "*Pengaruh Atribut Produk Islam, Komitmen Agama, Kualitas Jasa dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah*", (IAIN Surakarta: Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, 2017)

## **B. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung**

Berdasarkan dari hasil penelitian yang sudah dilakukan kepada nasabah Bank BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung, yang kemudian di analisis data dan dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan SPSS 16. Dari hasil uji t yang sudah dilakukan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung. Hal ini dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan memberikan sesuatu kepuasan tersendiri kepada nasabah baik dari segi ketanggapan dalam melayani nasabah dan sistem komunikasi karyawan kepada nasabah untuk memenuhi kebutuhan.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang sangat berpengaruh terhadap timbulnya rasa kepuasan kepada nasabah. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik maka hal ini dapat memberikan rasa puas yang tinggi kepada nasabah. Seperti halnya pada Bank BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung, juga mampu memberikan kualitas pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah, sehingga nasabah merasa senang dan puas akan pelayanan yang diterima, puas terhadap produk yang telah disediakan dan juga sistem atas jasa yang sudah diberikan bank kepada nasabah. Hal ini juga dapat membuat naiknya minat nasabah pada bank syariah tersebut.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa, dalam bidang industri jasa, pelanggan akan merasakan puas apabila mereka

mendapatkan pelayanan yang sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan tersebut. Dengan dilakukannya pembenahan pada suatu perusahaan agar kualitas pelayanan yang diberikan semakin baik dan dapat memuaskan sehingga dapat memenuhi semua permintaan dan juga kebutuhan oleh konsumen.<sup>4</sup> Kualitas pelayanan juga menjadi salah satu karakteristik sebuah perusahaan jasa dimana hal ini dilakukan oleh satu pihak terhadap pihak yang lain secara baik untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Sehingga dalam pemenuhan kebutuhan perusahaan juga akan memaksimalkan untuk kepuasan para konsumen.<sup>5</sup>

Hasil dari penelitian ini juga diperkuat oleh penelitian yang sudah dilakukan oleh Anindyta Budiarti yang bertujuan untuk menganalisis hubungan antara kualitas layanan dan penanganan keluhan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah Bank Umum Syariah yang dilakukan di Surabaya dengan menunjukkan hasil bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Umum Syariah di Surabaya.<sup>6</sup>

### **C. Pengaruh *Relationship Marketing* terhadap Kepuasan Nasabah BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung**

Berdasarkan dari hasil penelitian yang sudah dilakukan kepada nasabah Bank BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung, yang kemudian di analisis

---

<sup>4</sup> Handi Irawan, *10 Prinsip Kepuasan...*, hal. 37

<sup>5</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran...*, hal. 83

<sup>6</sup> Anindyta Budiarti, "Pengaruh Kualitas Layanan dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas nasabah Bank Umum Syariah di Surabaya", *Jurnal Ekuitas*, Vol. 15 No. 2, 2011.

data dan dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan SPSS 16. Dari hasil uji t yang sudah dilakukan menunjukkan bahwa *relationship marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung. Hal ini dapat diartikan bahwa *relationship marketing* memberikan sesuatu kepuasan tersendiri kepada nasabah di dalam memberikan pelayanan dan juga informasi agar hubungan nasabah dengan perusahaan tetap terjaga baik.

*Relationship marketing* ditujukan untuk membangun suatu hubungan dalam jangka panjang antara nasabah dengan perusahaan atau Bank Syariah. Semakin baik hubungan yang dijalankan oleh Bank Syariah dengan nasabahnya maka akan semakin meningkatkan kepuasan nasabah tersebut. Dalam hal ini Bank BRISyariah kantor kas Kediri Tulungagung telah memberikan berbagai layanan jasa yang menciptakan kepuasan tersendiri kepada nasabah. Dengan meningkatkan kualitas dari Bank BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung, maka manfaat yang didapatkan oleh nasabah akan bertambah dan dapat meningkatkan juga rasa kepuasan pada Bank Syariah tersebut.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa seorang pelanggan akan menciptakan *relationship* apabila perusahaan tersebut dapat memberikan layanan yang sesuai dengan kebutuhan para konsumen sehingga akan dapat memberikan rasa kepuasan tersendiri pada pelanggan. Dengan adanya kepuasan pelanggan maka akan memberikan dampak pada sebuah perusahaan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, hal

ini dapat membuat perusahaan untuk selalu memperbarui kualitas pada perusahaan tersebut dengan memberikan berbagai produk baru dan juga pelayanan yang baru yang nantinya dapat menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan.<sup>7</sup>

Hasil dari penelitian ini juga diperkuat oleh penelitian yang sudah dilakukan oleh Fitri Apriliani, Srikandi Kumadji dan Andriani Kusumawati yang bertujuan untuk menganalisis hubungan antara *relationship marketing* dengan kepuasan dan loyalitas nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bandar Jaya dengan menunjukkan hasil bahwa *relationship marketing* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bandar Jaya.<sup>8</sup>

#### **D. Pengaruh Atribut Produk terhadap Loyalitas Nasabah BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung**

Berdasarkan dari hasil penelitian yang sudah dilakukan kepada nasabah Bank BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung, yang kemudian di analisis data dan dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan SPSS 16. Dari hasil uji t yang sudah dilakukan menunjukkan bahwa atribut produk tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung. Hal ini dapat diartikan bahwa atribut produk belum dapat membentuk loyalitas terhadap nasabah secara langsung.

---

<sup>7</sup> Rully A. Tjahyadi, "Membangun Hubungan Jangka Panjang..."

<sup>8</sup> Fitri Apriliani, et. all., "*Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah*", (Skripsi Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya, 2014).

Berdasarkan tanggapan dari jawaban nasabah yang sudah didapatkan, nasabah Bank BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung telah mendapatkan manfaat atas pelayanan yang sudah diterima, hal ini dapat dilihat pada aspek atribut produk dan juga fitur yang sudah diberikan bank kepada nasabah. Atribut produk yang diberikan mendapatkan berbagai respon yang baik dan juga memberikan kepuasan kepada para nasabah. Akan tetapi atribut produk belum dapat membentuk loyalitas nasabah, hal ini dikarenakan nasabah perlu mengamati lebih lanjut mengenai kegunaan dari produk yang sudah diterima dan juga membutuhkan waktu untuk mengevaluasi kembali manfaat yang diterima dari produk yang sudah diberikan.

Dalam Bank BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung, nasabah perlu melakukan proses evaluasi untuk dapat merasakan dan menikmati produk yang sudah diberikan apakah sudah sesuai dengan harapan yang nantinya dengan layanan produk yang sudah diberikan dapat menghasilkan nasabah tersebut beralih menjadi nasabah yang loyal. Di dalam melakukan proses evaluasi pastinya diperlukan waktu dalam jangka panjang. Hal ini dilakukan agar nasabah dapat mengetahui bahwa pelayanan dan juga penanganan dalam bank syariah sudah memenuhi harapan serta mempunyai hubungan yang baik kepada para nasabahnya.

Berdasarkan teori yang menyatakan bahwa atribut produk merupakan suatu unsur yang dijadikan dasar pengambilan keputusan pada saat konsumen membeli barang dan dapat memberi pengaruh di dalam membentuk sebuah

loyalitas pada konsumen tersebut.<sup>9</sup> Apabila dalam pemberian layanan produk sesuai dengan kebutuhan atau melebihi harapan para konsumen maka hal ini dapat menciptakan sesuatu kepuasan yang nantinya dapat berubah menjadi loyal.

Hasil dari penelitian ini juga diperkuat oleh penelitian yang sudah dilakukan oleh Rustam yang bertujuan untuk mengetahui hubungan atribut produk dan kualitas pelayanan dengan kepuasan dan loyalitas nasabah Simpedes pada BRI Unit kantor cabang Palu, yang menunjukkan hasil bahwa atribut produk tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah simpedes pada BRI Unit kantor cabang Palu.<sup>1</sup>

0

#### **E. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung**

Berdasarkan dari hasil penelitian yang sudah dilakukan kepada nasabah Bank BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung, yang kemudian di analisis data dan dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan SPSS 16. Dari hasil uji t yang sudah dilakukan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung. Hal ini dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan belum dapat membentuk loyalitas terhadap nasabah dan juga bank syariah secara langsung.

---

<sup>9</sup> Tjiptono, *Komitmen Pelanggan Loyal...*, hal. 103.

<sup>1</sup> Rustam H. Harun, "Pengaruh Atribut Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Simpedes Pada BRI Unit Kantor Cabang Palu", *Jurnal e-Jurnal Katalogis*, Vol. 3 No. 10, 2015, hal. 145-154



Kualitas pelayanan dapat dikatakan baik apabila telah memenuhi kebutuhan nasabah dengan sesuai harapan. Dengan terpenuhinya kebutuhan nasabah, maka hal ini dapat membuat rasa kepuasan pada nasabah dan akan mendorong nasabah untuk menciptakan loyalitas pada Bank BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung. Kualitas pelayanan harus memiliki hubungan yang positif terhadap kepuasan sehingga nantinya akan dapat membentuk suatu loyalitas pada nasabah itu sendiri.

Berdasarkan tanggapan yang sudah didapatkan dari nasabah Bank BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung, dapat dilihat bahwa masing-masing dari responden memiliki respon yang baik. Hal ini dapat disimpulkan bahwa nasabah merasa puas dengan pelayanan bank syariah dalam segi kualitasnya yang sesuai dengan kebutuhan. Kualitas pelayanan dalam sebuah bank syariah menjadi fokus utama dalam kegiatan operasionalnya, sehingga bank syariah harus membutuhkan evaluasi secara berkala terhadap harapan yang diinginkan nasabah yang nantinya dapat menjadikan nasabah yang puas dan beralih ke nasabah yang loyal.

Kualitas pelayanan tidak dapat berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung dapat diketahui bahwa nasabah membutuhkan waktu dan juga proses untuk dapat merasakan pelayanan yang sudah diberikan bank syariah secara menyeluruh, sehingga nantinya nasabah dapat merasakan kepuasan terhadap layanan tersebut dan dapat bertahan menjadi nasabah yang loyal. Dengan adanya kualitas yang baik hal ini belum tentu menjadi suatu keunggulan ataupun pembeda pada

Bank BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung. Nasabah beranggapan bahwa kualitas yang ada pada bank syariah tersebut sama saja dengan kualitas yang ada pada bank-bank syariah lainnya. Sehingga nasabah membutuhkan waktu untuk mengevaluasi dan merasakan sendiri kepuasan yang lebih lama agar kualitas produk sesuai dengan yang diharapkan sebelumnya dan dapat menciptakan loyalitas pada bank syariah.

Berdasarkan teori menyatakan bahwa faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan yaitu kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan menjadi elemen terpenting dimana pelanggan mengharapkan produk dan layanan yang mereka terima dapat dinikmati dengan pelayanan yang baik sehingga nantinya pelanggan dapat merasakan kepuasan. Dengan itu perusahaan selalu memberikan layanan yang baik sehingga nantinya dapat menciptakan pelanggan yang loyal.<sup>1</sup>

Hasil dari penelitian ini juga diperkuat oleh penelitian yang sudah dilakukan oleh Rustam H. Harun yang bertujuan untuk menganalisis hubungan antara atribut produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah Simpedes yang dilakukan pada Bank BRI unit kantor cabang Palu dengan hasil yang menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah Simpedes BRI Unit Kantor Cabang Palu.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Manjunath, S.J. and Aluregōwda, "Impact of Services Quality on Customer Satisfaction at AXIS Bank", *International Journal of Management and Social Sciences Research (IJMSSR)*, Vol. 2, No. 3, pp. 63-69

<sup>1</sup> Rustam H. Harun, "Pengaruh Atribut Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Simpedes Pada BRI Unit Kantor Cabang Palu", *Jurnal e-Jurnal Katalogis*, Vol. 3 No. 10, 2015, hal. 145-154

#### **F. Pengaruh *Relationship Marketing* terhadap Loyalitas Nasabah BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung**

Berdasarkan dari hasil penelitian yang sudah dilakukan kepada nasabah Bank BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung, yang kemudian di analisis data dan dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan SPSS 16. Dari hasil uji t yang sudah dilakukan menunjukkan bahwa *relationship marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung. Hal ini dapat diartikan bahwa *relationship marketing* dapat membentuk loyalitas terhadap nasabah secara langsung.

Dalam melakukan kegiatan perbankan, *relationship marketing* digunakan untuk membentuk hubungan dalam jangka panjang antara nasabah dengan bank syariah. Apabila *relationship* yang dijalankan berjalan dengan baik dan juga sungguh-sungguh, maka hal ini dapat menciptakan nasabah yang loyalitas di bank syariah tersebut. Pada Bank BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung dapat diketahui bahwa respon dari nasabah cukup baik dan dengan menjalin *relationship* secara baik maka dapat menciptakan hubungan jangka panjang sehingga dapat menimbulkan loyalitas yang tinggi yang dimiliki nasabah kepada Bank BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung.

Hasil dari penelitian ini sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa perusahaan yang mampu menciptakan *relationship* atau sebuah hubungan dalam waktu jangka panjang dengan nasabah secara baik, maka hal ini dapat

menciptakan loyalitas pada nasabah tersebut. Munculnya loyalitas pada nasabah dipengaruhi ketika kebutuhan dan juga keinginan dari nasabah sudah terpenuhi dengan baik.<sup>1</sup> Dengan adanya loyalitas, maka nasabah akan tetap bertahan pada perusahaan bank tersebut dengan melakukan pembelian secara berulang terhadap suatu produk dan juga akan selalu konsisten pada masa yang akan datang. Untuk itu nasabah akan selalu berkomitmen pada bank dan akan menjadi pelanggan tetap.<sup>1</sup>

4

Hasil dari penelitian ini juga diperkuat oleh penelitian yang sudah dilakukan oleh Fitri Apriliani, Srikandi Kumadji dan Andriani Kusumawati yang bertujuan untuk menganalisis hubungan antara *relationship marketing* dengan kepuasan dan loyalitas nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bandar Jaya dengan menunjukkan hasil bahwa *relationship marketing* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Bandar Jaya.<sup>1</sup>

5

### **G. Pengaruh Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung**

Berdasarkan dari hasil penelitian yang sudah dilakukan kepada nasabah Bank BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung, yang kemudian di analisis data dan dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan SPSS 16. Dari hasil uji t yang sudah dilakukan menunjukkan bahwa kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank BRISyariah Kantor

---

<sup>1</sup> Rully A. Tjahyadi, "Membangun Hubungan Jangka Panjang..."

<sup>1</sup> Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas...*, hal. 129.

<sup>1</sup> Fitri Apriliani, et. all., "*Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah*", (Skripsi Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya, 2014).

Kas Kediri Tulungagung. Hal ini dapat diartikan bahwa kepuasan yang dirasakan nasabah terhadap produk dan pelayanan yang diberikan oleh bank dapat membentuk loyalitas terhadap nasabah dengan bank syariah secara langsung.

Kepuasan nasabah dapat dilihat melalui terpenuhinya pelayanan yang diberikan oleh bank syariah baik dari segi pelayanan produk maupun sistem yang diberikan dan juga kepuasan secara keseluruhan. Kepuasan ini mampu menarik nasabah untuk menjadi nasabah yang loyal terhadap bank syariah tersebut. Untuk itu bank syariah selalu berupaya memenuhi harapan yang sesuai dengan kebutuhan dari nasabah melalui produk dan jasa yang ditawarkan dengan harapan mampu menciptakan kepuasan sekaligus menciptakan loyalitas nasabah. Semakin baik tingkat kepuasan yang dirasakan oleh nasabah Bank BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung maka tingkat loyalitas yang diberikan juga akan semakin meningkat. Nasabah yang loyal tentunya akan dapat menguntungkan bank syariah itu sendiri. Dimana nantinya nasabah akan merasa yakin terhadap pelayanan yang sudah diberikan dan juga nasabah akan merekomendasikan Bank BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung kepada teman maupun keluarga.

Hasil dari penelitian ini sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan dapat dimiliki tanpa adanya loyalitas, sedangkan suatu loyalitas akan sulit diciptakan tanpa adanya rasa kepuasan.<sup>1</sup> Hal ini dapat diketahui bahwa loyalitas timbul karena adanya

---

<sup>1</sup> Rully A. Tjahyadi, "Membangun Hubungan Jangka Panjang..."

kepuasan yang sudah didapatkan sebelumnya. Pelanggan yang puas pada sebuah produk yang sudah diberikan maka akan cenderung menjadi pelanggan yang loyal. Sehingga apabila kepuasan pelanggan yang dirasakan tinggi atau naik maka hal itu juga akan diikuti oleh loyalitas pada pelanggan tersebut.

Hasil dari penelitian ini juga diperkuat oleh penelitian yang sudah dilakukan oleh Rizky Pratama Putra yang bertujuan untuk menganalisis hubungan antara kualitas pelayanan Islami terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah Bank BRI Syariah Surabaya. Dari hasil penelitian tersebut dinyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan dengan loyalitas nasabah Bank BRI Syariah Surabaya.<sup>1</sup>

7

---

<sup>1</sup> Rizky Pratama Putra & Sri Herianingrum, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank BRI Syariah Surabaya", *Jurnal JESTT*, Vol. 1 No. 9, 2014