

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

1. Sejarah Bank BRI Syariah

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 No.10/67/KEP.GBI/DpG/2008, maka pada tanggal 17 November 2008 PT. Bank BRISyariah mengubah kegiatan usaha yang semula beroperasi secara konvensional, kemudian diubah menjadi kegiatan perbankan berdasarkan prinsip syariah Islam.

PT. Bank BRISyariah 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 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 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 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 (*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.

Saat ini PT. Bank BRISyariah menjadi salah satu bank syariah terbesar berdasarkan aset. PT. Bank BRISyariah tumbuh dengan pesat baik dari sisi aset, jumlah pembiayaan dan perolehan dana pihak ketiga. Dengan berfokus pada segmen menengah bawah, PT. Bank BRISyariah menargetkan menjadi bank ritel modern terkemuka dengan berbagai ragam produk dan layanan perbankan.

PT. Bank BRISyariah terus mengasah diri dalam menghadirkan yang terbaik bagi nasabah dan seluruh pemangku kepentingan. Sesuai dengan visinya, saat ini PT. Bank BRISyariah 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.

Pada tahun 2018, PT. Bank BRISyariah mengambil langkah lebih pasti lagi dengan melaksanakan *Initial Public Offering* pada tanggal 9 Mei 2018 di Bursa Efek Indonesia. IPO ini menjadikan PT. Bank BRISyariah sebagai anak usaha BUMN di bidang syariah yang pertama melaksanakan penawaran umum saham perdana. Dengan demikian, PT. Bank BRISyariah dapat terus melaju menjadi bank syariah terdepan dengan jangkauan termudah untuk kehidupan lebih bermakna.

PT. Bank BRISyariah semakin berkembang dari tahun ke tahun. Hal ini dibuktikan dengan semakin banyaknya cabang kantor di Kota dan juga Kabupaten di Indonesia. Salah satunya yaitu Kantor Kas yang berada di Jl. Hasanudin Ruko Panglima Sudirman Trade Center A 1 di Tulungagung. Keberadaan PT. Bank BRISyariah di Tulungagung memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk melakukan transaksi dengan prinsip syariah.

2. Visi Misi PT. Bank BRISyariah

a. Visi

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

b. Misi

- 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 kapan pun dan dimana pun.
- 4) Memungkinkan setiap individu untuk meningkatkan kualitas hidup dan menghadirkan ketentraman pikiran.

3. Produk-Produk Bank BRISyariah Kantor Kas Tulungagung

Di dalam menunjang performa dan mengembangkan bisnis Bank BRISyariah agar menjadi perusahaan yang lebih besar, maka perlu dibutuhkan produk-produk yang nantinya akan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat umum. Adapun produk-produk yang disediakan oleh Bank BRISyariah yaitu:⁸²

a. Produk Penghimpunan Dana (*Funding*)

a) Tabungan Faedah BRISyariah iB

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

b) Tabungan Faedah Haji BRISyariah iB

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

⁸² RAT Tahun 2019

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

c) Tabungan Faedah Impian BRISyariah iB

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 iB

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) Giro Faedah Mudharabah BRISyariah iB

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.

f) Deposito Faedah BRISyariah iB

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

b. Produk Penyaluran Dana (*Financing*)

a) Griya Faedah BRISyariah iB

Memiliki rumah sendiri memberikan kebanggaan dan kebahagiaan hidup bagi keluarga tercinta. KPR BRISyariah iB hadir membantu Anda untuk mewujudkan impian Anda memiliki rumah idaman.

b) KPR Sejahtera BRISyariah iB

KPR Sejahtera adalah Produk Pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR iB) yang diterbitkan Bank BRISyariah untuk pembiayaan rumah dengan dukungan bantuan dana Fasilitas Likuiditas Pembiayaan Perumahan (FLPP) kepada masyarakat berpenghasilan rendah (MBR) dalam rangka pemilikan rumah sejahtera yang dibeli dari pengembang (develover).

c) Oto Faedah BRISyariah iB

Pembiayaan Kepemilikan Mobil dari BRISyariah kepada nasabah perorangan untuk memenuhi kebutuhan akan kendaraan dengan menggunakan prinsip jual beli (Murabahah) dimana pembayarannya secara angsuran dengan jumlah

angsuran yang telah ditetapkan di muka dan dibayar setiap bulan.

d) Pembiayaan Umrah BRISyariah IB

Setiap muslim pasti merindukan baitullah, sempurnakan kerinduan anda pada Baitullah dengan ibadah Umrah, Pembiayaan Umrah BRISyariah iB hadir membantu anda untuk menyempurnakan niat anda beribadah dan berziarah ke Baitullah.

e) Purna Faedah BRISyariah iB

KMF PURNA iB adalah Kepemilikan Multifaedah fasilitas pembiayaan yang diberikan kepada para pensiunan untuk memenuhi sebagian atau keseluruhan kebutuhan paket barang atau jasa dengan menggunakan prinsip jual beli (murabahah) atau sewa menyewa (ijarah) dimana pembayarannya secara angsuran dengan jumlah angsuran yang telah ditetapkan di muka dan dibayar setiap bulan.

f) Purna Faedah BRISyariah iB

KMF PRA PURNA iB adalah fasilitas pembiayaan kepada para PNS aktif yang akan memasuki masa pensiunan untuk memenuhi sebagian atau keseluruhan kebutuhan paket barang atau jasa dengan menggunakan prinsip jual beli (murabahah) atau sewa menyewa (ijarah) dimana pembayarannya secara angsuran dengan jumlah angsuran yang telah ditetapkan di

muka dan dibayar setiap bulan sampai memasuki masa pensiunan.

g) Mikro BRISyariah

Skema pembiayaan mikro BRISyariah menggunakan akad Murabahah (jual beli), dengan tujuan pembiayaan untuk modal kerja, investasi dan konsumsi (setinggi-tingginya 50 % dari tujuan produktif nasabah).

c. E-Banking BRISyariah

a) SMS Banking

Dengan hanya mengetikkan SMS dan mengirimkan ke 3338, transaksi perbankan semakin mudah dilakukan kapan dan dimana saja. smsBRIS (SMSBanking BRIS) adalah fasilitas layanan perbankan bagi Nasabah Tabungan BRIS yang memudahkan Anda untuk melakukan isi ulang pulsa, bayar tagihan, transfer sampai pembayaran Zakat, Infaq, Shodaqah.

b) Mobile Banking

mobileBRIS adalah layanan yang memungkinkan Nasabah memperoleh informasi perbankan dan melakukan komunikasi serta transaksi perbankan melalui perangkat yang bersifat mobile seperti telepon seluler/handphone menggunakan media menu pada aplikasi mobileBRIS dengan menggunakan media jaringan internet pada handphone yang dikombinasikan dengan media Short Message Service (SMS) secara aman dan mudah.

c) Internet Banking

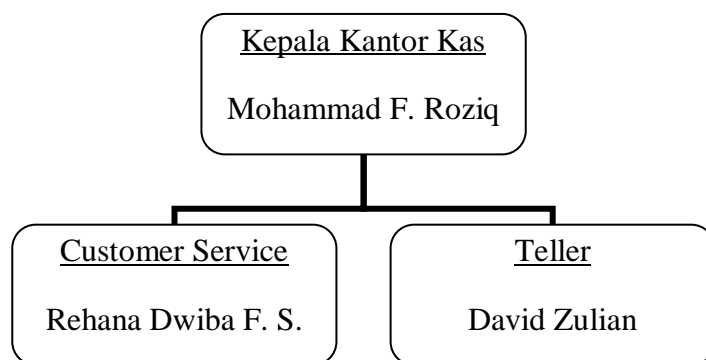
Dalam lingkungan bisnis yang semakin kompleks dan bergerak dinamis, serta untuk menghemat waktu bagi pelaku bisnis seperti Anda, diperlukan solusi yang tepat, untuk melakukan transaksi dengan Cepat, Aman dan Mudah. BRISyariah hadir untuk Anda dengan memberikan solusi bertransaksi dengan cepat, aman dan mudah, melalui Layanan Internet Banking BRIS.

4. Struktur Organisasi Bank BRISyariah KK Tulungagung

Bagan 4.1

Struktur Kepengurusan Bank BRISyariah

Kantor Kas Tulungagung



Sumber: Kepala Kantor Kas Bank BRISyariah KK Tulungagung

Tugas dan Wewenang:

a. Kepala Kantor Kas

- 1) Memberikan persetujuan transaksi operasional office sesuai limit kewenangan yang diberikan.

- 2) Memberikan instruksi kepada Teller, Customer Service dan Security untuk pelaksanaan tugas yang terkait dengan kepentingan Bank dan pelaksanaan instruksi nasabah yang telah diyakini keabsahannya.

b. Customer Service

- 1) Melaksanakan fungsi *checker* dan *signer* atas transaksi sesuai batas wewenangnya.
- 2) Melakukan penginputan transaksi dan mengajukan persetujuan (otorisator) kepada Pejabat yang berwenang sesuai dengan kewenangan limit yang berlaku.
- 3) Mengesahkan dalam sistem dan menandatangani bukti kas atas transaksi pembayaran tunai yang ada dalam batas kewenangannya.
- 4) Melaksanakan *replenish ATM*, *cash pick up* dan pelaporan asuransi online.
- 5) Input data LTKT.

c. Teller

- 1) Menyampaikan informasi produk & layanan.
- 2) Memproses transaksi
- 3) Menerima setoran awal Tabungan Faedah dengan limit sesuai ketentuan.

- 4) Memberikan usulan dan informasi kepada Supervisor Layanan, Operation Manager, Pinca dalam pelaksanaan operasi front liner Bank.

5. Profil dan Karakteristik Responden

a. Profil Responden

Di dalam penelitian ini, responden yang dipilih merupakan seluruh nasabah baik nasabah yang melakukan pembiayaan ataupun nasabah penabung Bank BRISyariah Kantor Kas Kediri Tulungagung. Jumlah responden yang ditentukan yaitu sebesar 100 nasabah. Di mana setiap responden diberikan angket yang nantinya akan diisi dan diberikan jawaban pada setiap item pernyataan yang ada sesuai dengan pilihan jawaban responden. Serta nantinya akan diukur dengan menggunakan skala *likert*.

b. Analisis Deskripsi Responden

Tujuan dari analisis deskripsi responden dalam penelitian ini yaitu untuk menjelaskan mengenai data-data responden yang digunakan sebagai sampel yang diambil dari nasabah Bank BRISyariah KK Kediri Tulungagung. Untuk mempermudah proses penelitian, maka peneliti menggunakan deskripsi responden yang menganalisis data yang berhubungan dengan identitas responden berdasarkan beberapa karakteristik, diantaranya yaitu:

1) Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Dalam klasifikasi berdasarkan jenis kelamin, dapat dikelompokkan menjadi dua kelompok seperti yang ada pada tabel berikut.

Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden

No.	Jenis Kelamin Responden	Jumlah	Presentase
1.	Laki-laki	44	44%
2.	Perempuan	56	56%
Total		100	100%

Sumber: Data Primer 2020

Berdasarkan tabel 4.1 di atas dapat disimpulkan bahwa responden yang berjenis kelamin perempuan lebih besar daripada responden yang berjenis kelamin laki-laki. Hal ini dibuktikan dengan jumlah responden perempuan sebanyak 56 (lima puluh enam) orang atau dengan presentase 56%. Sedangkan untuk responden laki-laki yaitu sebanyak 44 (empat puluh empat) orang atau dengan presentase 44%.

2) Lama Menjadi Nasabah

Data mengenai lama responden menjadi nasabah Bank BRISyariah KK Kediri Tulungagung adalah sebagai berikut.

Tabel 4.2 Lama Menjadi Nasabah

No.	Lama Menjadi Nasabah	Jumlah	Presentase
1.	<1 tahun	27	27%
2.	1-3 tahun	42	42%

3.	3-5 tahun	21	21%
4.	>5 tahun	10	10%
Total		100	100%

Sumber: Data Primer 2020

Berdasarkan tabel 4.2 di atas menunjukkan bahwa nasabah tabungan Bank BRISyariah KK Kediri Tulungagung yang diambil sebagai responden didominasi oleh nasabah yang sudah bertransaksi selama 1-3 tahun yaitu sebanyak 42 orang atau dengan presentase 42%. Sedangkan yang lain <1 tahun sebanyak 27 orang, 3-5 tahun sebanyak 21 orang, dan >5 tahun sebanyak 10 orang. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas nasabah telah loyal dengan BRISyariah KK Kediri Tulungagung yang dibuktikan dengan adanya transaksi berulang secara rutin dan tidak terpengaruh dengan tawaran lembaga keuangan lain.

B. Analisis Data

1. Deskripsi Data Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari faktor kepuasan, kepercayaan, citra merek, dan pemasaran relasional sebagai variabel bebas dan loyalitas nasabah sebagai variabel terikat. Data-data tersebut diperoleh dari hasil angket yang telah disebar oleh peneliti. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.3 Data Deskripsi Variabel Kepuasan(X₁)

No	Indikator/item	Skor Jawaban					Total Responden	Mean
		5	4	3	2	1		
1.	Saya merasa layout produk Bank BRISyariah KK Kediri Tulungagung memiliki kualitas yang baik dan mudah dipahami seperti buku tabungan, buku deposito, ATM, brosur, MobileBRIS.	19	77	4	0	0	100	4,2
2.	Saya mendapat harga produk tabungan, deposito dan giro yang terjangkau.	23	75	2	0	0	100	4,2
3.	Saya mendapat pelayanan dari <i>customer service</i> Bank BRISyariah KK Kediri Tulungagung dengan baik dan ramah seperti memberi senyum, sapa, dan salam sesuai dengan prosedur bank.	26	71	3	0	0	100	4,2
4.	Saya bangga memiliki produk seperti tabungan, deposito, giro, atau MobileBRIS di Bank BRISyariah KK Kediri Tulungagung	42	57	1	0	0	100	5
5.	Saya melakukan transaksi penyetoran dan penarikan seperti tabungan, giro, ATM, deposito atau MobileBRIS tabungan dengan mudah.	49	49	2	0	0	100	5
Total								4,5

Sumber: Data Primer 2020

Pada tabel 4.3 dapat diketahui bahwa dari 100 responden nasabah Bank BRISyariah KK Kediri Tulungagung jawaban untuk variabel X₂ adalah sangat setuju (4,5 dibulatkan menjadi 5). Nilai tertinggi terdapat dalam indikator item pernyataan nomer 4 dan 5

yakni 5. Sedangkan untuk nilai terendah terdapat pada indikator item pernyataan nomer 1,2 dan 3 yakni 4,2 atau dibulatkan menjadi 4 yang artinya setuju.

Tabel 4.4 Data Deskripsi Variabel Kepercayaan (X₂)

No	Indikator/item	Skor Jawaban					Total Responden	Mean
		5	4	3	2	1		
6.	Saya merasa pegawai Bank BRISyariah KK Kediri Tulungagung menguasai tentang produk-produk yang ditawarkan seperti tabungan, giro, deposito atau MobileBRIS.	11	80	9	0	0	100	4
7.	Saya merasa Pegawai Bank BRISyariah KK Kediri Tulungagung selalu terbuka tentang produk (tabungan, giro, atau deposito) yang ingin saya ketahui.	14	78	8	0	0	100	4,1
8.	Saya mendapat perhatian yang tulus dari pegawai Bank BRISyariah KK Kediri Tulungagung saat ada keluhan nasabah seperti ketika kehilangan ATM.	12	82	6	0	0	100	4,1
9.	Saya mendapat informasi yang jelas dari <i>customer service</i> Bank BRISyariah KK Kediri Tulungagung seperti saat menjelaskan produk tabungan, giro, deposito atau MobileBRIS.	8	80	12	0	0	100	4
10.	Saya selalu mempercayai setiap informasi dengan yakin seperti informasi keuntungan menabung di Bank BRISyariah KK Kediri Tulungagung.	9	78	13	0	0	100	3,5
Total								3,9

Sumber: Data Primer 2020

Pada tabel 4.4 dapat diketahui bahwa dari 100 responden nasabah Bank BRISyariah KK Kediri Tulungagung jawaban untuk

variabel X_2 adalah setuju (3,9 dibulatkan menjadi 4). Nilai tertinggi terdapat dalam indikator item pernyataan nomer 7 dan 8 yakni 4,1. Sedangkan untuk nilai terendah terdapat pada indikator item pernyataan nomer 10 yakni 3,5.

Tabel 4.5 Data Deskripsi Variabel Citra Merk (X_3)

No	Indikator/item	Skor Jawaban					Total Responden	Mean
		5	4	3	2	1		
11.	Bank BRISyariah KK Kediri Tulungagung memiliki logo yang mudah untuk dikenal nasabah.	11	80	9	0	0	100	4
12.	Saya mendapat pelayanan yang baik dari pegawai Bank BRISyariah KK Kediri Tulungagung seperti senyum, sapa, salam, sabar terhadap nasabah.	10	85	5	0	0	100	4,1
13.	Bank BRISyariah KK Kediri Tulungagung memiliki penawaran produk yang unik seperti tabungan, giro, deposito.	9	81	10	0	0	100	4
14.	Pegawai Bank BRISyariah KK Kediri Tulungagung memberikan pelayanan sesuai etika dan prosedur yang berlaku dengan baik.	9	89	2	0	0	100	4
15.	Bank BRISyariah KK Kediri Tulungagung memiliki keunggulan khas terhadap nasabah, sehingga nasabah merasa mendapat manfaat.	11	82	7	0	0	100	4,5
Total								4,1

Sumber: Data Primer 2020

Pada tabel 4.5 dapat diketahui bahwa dari 100 responden nasabah Bank BRISyariah KK Kediri Tulungagung jawaban untuk variabel X_3 adalah setuju (4,1 dibulatkan menjadi 4). Seluruh item

pernyataan dari 11, 13, dan 14 memiliki nilai rata-rata yang sama yakni 4.

Tabel 4.6 Data Deskripsi Variabel Pemasaran Relasional (X₄)

No	Indikator/item	Skor Jawaban					Total Responden	Mean
		5	4	3	2	1		
16.	Pegawai Bank BRISyariah KK Kediri Tulungagung konsisten dalam memberikan layanan yang berkualitas seperti toleransi, tulus dan ramah terhadap semua nasabah.	11	80	9	0	0	100	3,5
17.	Pegawai Bank BRISyariah KK Kediri Tulungagung memberikan pelayanan yang baik untuk memenuhi kebutuhan nasabah seperti konsultasi dengan <i>customer service</i> .	10	78	8	0	0	100	4
18.	<i>Customer service</i> Bank BRISyariah KK Kediri Tulungagung memberikan informasi yang tepat dan dapat dipercaya.	9	82	6	0	0	100	4,5
19.	<i>Customer service</i> Bank BRISyariah KK Kediri Tulungagung membantu menyelesaikan masalah secara positif yang timbul dari nasabah seperti saat nasabah lupa pin ATMnya.	9	80	12	0	0	100	4
20.	<i>Customer service</i> Bank BRISyariah KK Kediri Tulungagung menyampaikan informasi secara jelas seperti tata cara mengisi formulir tabungan	11	78	13	0	0	100	3,5

	dan prosedur membuat buku tabungan.							
Total								3,9

Sumber: Data Primer 2020

Pada tabel 4.6 dapat diketahui bahwa dari 100 responden nasabah Bank BRISyariah KK Kediri Tulungagung jawaban untuk variabel X_4 adalah setuju (3,9 dibulatkan menjadi 4). Nilai tertinggi terdapat dalam indikator item pernyataan nomer 18 yakni 4,5. Sedangkan untuk nilai terendah terdapat pada indikator item pernyataan nomer 16 dan 20 yakni 3,5.

Tabel 4.7 Data Deskripsi Variabel Loyalitas Nasabah (Y_1)

No	Indikator/item	Skor Jawaban					Total Responden	Mean
		5	4	3	2	1		
21.	Saya tidak tertarik dengan produk tabungan lain diluar Bank BRISyariah KK Kediri Tulungagung.	29	65	6	0	0	100	4,2
22.	Saya akan selalu mempercayakan dana tabungan saya di Bank BRISyariah KK Kediri Tulungagung.	21	69	10	0	0	100	4,1
23.	Saya menabung di Bank BRISyariah KK Kediri Tulungagung secara rutin.	17	78	5	0	0	100	4,1
24.	Saya ingin memiliki deposito dan pembiayaan di Bank BRISyariah KK Kediri Tulungagung.	33	58	9	0	0	100	4,5
25.	Saya sudah merekomendasikan produk Bank BRISyariah KK Kediri Tulungagung kepada kerabat/keluarga/teman.	9	78	13	0	0	100	4,0
Total								4,2

Sumber: Data Primer 2020

Pada tabel 4.7 dapat diketahui bahwa dari 100 responden nasabah Bank BRISyariah KK Kediri Tulungagung jawaban untuk variabel X_4 adalah setuju (4,2 dibulatkan menjadi 4). Nilai tertinggi terdapat PADA indikator item pernyataan nomer 24 yakni 4,5. Sedangkan untuk nilai terendah terdapat pada indikator item pernyataan nomer 25 yakni 4,0.

2. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas ini digunakan untuk menguji kevalidan instrumen penelitian. Metode yang digunakan yaitu dengan korelasi produk momen. Jika nilai *corrected item-total correlation* $>0,3$ maka seluruh item merupakan valid. Berikut ini adalah hasil dari uji validitas dari masing-masing variabel.

Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas

Variabel	Butir Pernyataan	Corrected Item-Total Correlation	Keterangan
Kepuasan (X_1)	Pernyataan 1	0,606	Valid
	Pernyataan 2	0,613	Valid
	Pernyataan 3	0,646	Valid
	Pernyataan 4	0,590	Valid
	Pernyataan 5	0,652	Valid
Kepercayaan (X_2)	Pernyataan 6	0,499	Valid
	Pernyataan 7	0,463	Valid
	Pernyataan 8	0,438	Valid
	Pernyataan 9	0,343	Valid
	Pernyataan 10	0,407	Valid
Citra Merk (X_3)	Pernyataan 11	0,527	Valid
	Pernyataan 12	0,647	Valid
	Pernyataan 13	0,519	Valid
	Pernyataan 14	0,665	Valid
	Pernyataan 15	0,593	Valid
Pemasaran	Pernyataan 16	0,665	Valid

Relasional (X ₄)	Pernyataan 17	0,562	Valid
	Pernyataan 18	0,633	Valid
	Pernyataan 19	0,442	Valid
	Pernyataan 20	0,681	Valid
Loyalitas Nasabah (Y ₁)	Pernyataan 21	0,506	Valid
	Pernyataan 22	0,619	Valid
	Pernyataan 23	0,504	Valid
	Pernyataan 24	0,498	Valid
	Pernyataan 25	0,513	Valid

Sumber: Data Primer, 2020

Berdasarkan pada tabel 4.8 di atas diketahui bahwa seluruh item pernyataan dari variabel Kepuasan (X₁), Kepercayaan (X₂), Citra Merk (X₃), Pemasaran Relasional (X₄), dan Loyalitas Nasabah (Y₁) adalah valid. Hal ini diketahui karena r_{hitung} pada *corrected item-total correlation* > r_{tabel} yaitu 0,196.

b. Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur kehandalan suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel penelitian. Untuk mengukur reliabilitas dengan menggunakan uji statistik adalah dengan melihat nilai *cronbach alpha* (α), suatu variabel dikatakan *reliable* jika nilai *cronbach alpha* (α) > 0,60. Tabel berikut ini adalah hasil dari pengujian reabilitas.

Tabel 4.9 Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Alpha Cronbach's	Keterangan
Kepuasan (X ₁)	0,744	Reliable
Kepercayaan (X ₂)	0,676	Reliable
Citra Merk (X ₃)	0,659	Reliable
Pemasaran Relasional (X ₄)	0,633	Reliable
Loyalitas Nasabah (Y ₁)	0,602	Reliable

Sumber: Data Primer, 2020

Berdasarkan pada tabel 4.9 dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *Alpha Cronbach's* yang lebih besar dari 0,60. Menurut Triton, hal tersebut menunjukkan bahwa instrumen tersebut dinyatakan *Reliable*. Maka, hasil dari penelitian ini memiliki hasil pengukuran yang konsisten.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Untuk mendeteksi normalitas sebuah data dapat menggunakan pendekatan *Kolmogrov-Smirnov* yang dipadukan dengan kurva *Normal Q-Q Plots*. Ketentuan pengujian adalah jika probabilitas atau *Asym Sig. (2-tailed)* lebih besar dari *Level Of Significant (α)* maka data berdistribusi normal. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Santoso dalam Sujianti, jika nilai sig > 0,05 maka data berdistribusi normal. Berikut merupakan hasil uji normalitas.

4.1 Hasil Uji Normalitas

G

		x1	x2	x3	x4	Y
N		100	100	100	100	100
Normal Parameters ^a	Mean	24,46	24,38	24,47	22,96	21,64
	Std. Deviation	2,057	2,064	2,042	2,160	2,115
Most Extreme Differences	Absolute	,118	,123	,121	,135	,132
	Positive	,118	,123	,121	,135	,132
	Negative	-,093	-,094	-,093	-,125	-,128
Kolmogorov-Smirnov Z		1,185	1,231	1,210	1,347	1,324
Asymp. Sig. (2-tailed)		,121	,097	,107	,053	,060
a. Test distribution is Normal.						

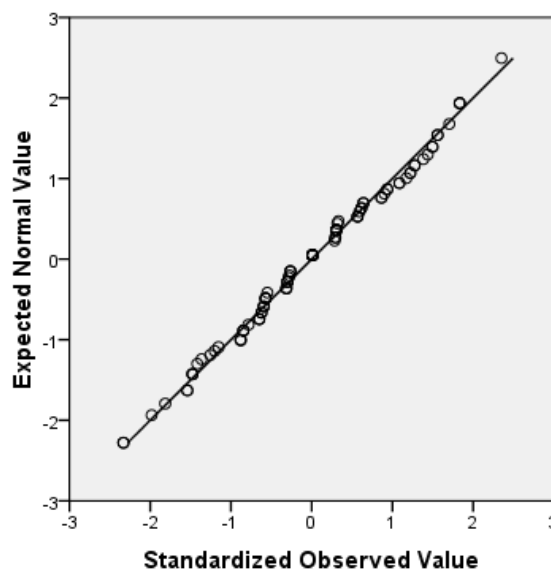
Sumber: Output SPSS 23, data primer, 2020

Berdasarkan dari gambar 4.1 di atas, diperoleh angka probabilitas atau *Asymp. Sig. (2-tailed)*. Nilai ini dibandingkan dengan 0,05 (dalam hal ini menggunakan taraf signifikansi 5%) untuk pengambilan keputusan dengan pedoman:

- 1) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka data tersebut berdistribusi normal.
- 2) Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka data tersebut tidak berdistribusi normal.

Dilihat dari gambar 4.1 hasil uji normalitas dapat diketahui bahwa seluruh data berdistribusi normal. Hal ini diketahui dari nilai *Asym. Sig. (2-tailed)* $> 0,005$ maka dapat disimpulkan data tersebut berdistribusi normal. Hasil tersebut dipadukan dengan kurva *Normal Q-Q Plots* di bawah.

Gambar 4.2 Normal Q-Q Plot



Sumber: Output SPSS 23, data primer, 2020

Dilihat dari gambar 4.2 di atas, pada grafik terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Maka, data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Jika VIF yang dihasilkan diantara 1-10 maka tidak terjadi multikolinieritas. Berikut merupakan hasil uji multikolinieritas.

Gambar 4.3 Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a			
	Model	Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	kepuasaan (x1)	,103	9,671
	kepercayaan (x2)	,483	2,072
	citra merek (x3)	,126	7,909
	pemasaran relasional (x4)	,973	1,028

a. Dependent Variable: loyalitas nasabah (Y)

Sumber: Output SPSS 23, data primer, 2020

Berdasarkan pada gambar di atas, diketahui bahwa nilai VIF kepuasan (X_1) sebesar 9,671, kepercayaan (X_2) sebesar 2,072, citra merk (X_3) sebesar 7,909, dan pemasaran relasional (X_4) sebesar 1,028. Dengan demikian keempat variabel di atas terbebas dari masalah multikolinieritas dikarenakan nilai VIF keempat variabel tersebut kurang dari 10. Maka, data penelitian ini dikatakan layak untuk dipakai.

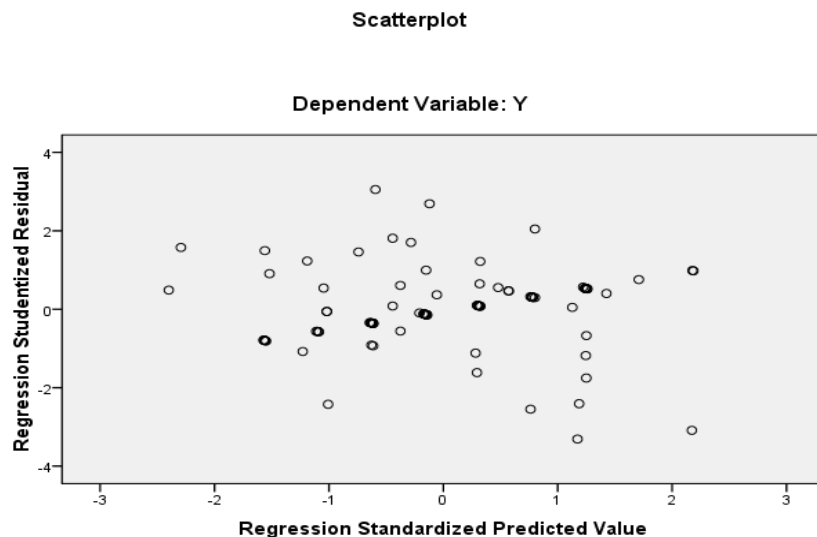
c. Uji Heteroskedastisitas

Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dari pola gambar *Scatterplot* model tersebut. Tidak terdapat heteriskedastisitas jika:

- 1) Penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola,
- 2) Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau sekitar angka 0,
- 3) Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah.

Hasil dari pengujian heteroskedastisitas dapat diamati pada gambar *Scatterplot* berikut.

Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Output SPSS 23, data primer, 2020

Berdasarkan pola di gambar *scatterplot* di atas terlihat titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik di atas maupun dibawah angka 0

pada sumbu Y. Maka hal ini membuktikan tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model ini layak untuk dipakai.

4. Uji Regresi Linier Berganda

Regresi berganda seringkali digunakan untuk mengatasi permasalahan analisis regresi yang mengakibatkan hubungan dari dua atau lebih variabel bebas. Hasil dari uji Regresi Linier Berganda adalah sebagai berikut.

Gambar 4.5 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	8,845	2,725		3,246	,002
1 kepuasaan (x1)	,663	,192	,846	3,462	,001
kepercayaan (x2)	,232	,118	,222	1,965	,042
citra merek (x3)	,423	,139	,671	3,037	,003
pemasaran relasional (x4)	,634	,080	,629	7,901	,000

a. Dependent Variable: loyalitas nasabah

Sumber: Output SPSS 23, data primer, 2020

Berdasarkan hasil uji di atas maka dapat dikembangkan sebuah model persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \dots + \beta_n X_n + e$$

$$Y = 8,845 + (0,663X_1) + (0,232X_2) + (0,423X_3) + (0,634X_4)$$

$$Y = 8,845 + 0,663X_1 + 0,232X_2 + 0,423X_3 + 0,634X_4$$

Atau $Y = 10,848 + 0,663 (\text{kepuasan}) + 0,232 (\text{kepercayaan}) + 0,423 (\text{citra merek}) + 0,634 (\text{pemasaran relasional})$. Berdasarkan pada persamaan di atas, maka dapat diuraikan sebagai berikut.

- a. Konstanta sebesar 8,845 menyatakan bahwa variabel Kepuasan (X_1), Kepercayaan (X_2), Citra Merk (X_3), Pemasaran Relasional (X_4), dan Loyalitas Nasabah (Y_1) dalam keadaan konstan (tetap) maka loyalitas nasabah sebesar 8,845.
- b. Koefisien regresi X_1 (Kepuasan) sebesar 0,663 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena tanda positif) 1 satuan pada variabel kepuasan meningkatkan nilai loyalitas nasabah sebesar 0,663. Sebaliknya, jika variabel kepuasan mengalami penurunan sebesar 1 satuan. Dengan hal tersebut, maka loyalitas nasabah diprediksi akan mengalami penurunan sebesar 0,663. Dengan asumsi variabel independen nilai lainnya tetap.
- c. Koefisien regresi X_2 (Kepercayaan) sebesar 0,232 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena tanda positif) 1 satuan pada variabel kepercayaan meningkatkan nilai loyalitas nasabah sebesar 0,232. Sebaliknya, jika variabel kepercayaan mengalami penurunan sebesar 1 satuan. Dengan hal tersebut, maka loyalitas nasabah diprediksi akan mengalami penurunan sebesar 0,232. Dengan asumsi variabel independen nilai lainnya tetap.
- d. Koefisien regresi X_3 (Citra merek) sebesar 0,423 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena tanda positif) 1 satuan pada

variabel citra merk meningkatkan nilai loyalitas nasabah sebesar 0,423. Sebaliknya, jika variabel citra merk mengalami penurunan sebesar 1 satuan. Dengan hal tersebut, maka loyalitas nasabah diprediksi akan mengalami penurunan sebesar 0,423. Dengan asumsi variabel independen nilai lainnya tetap.

- e. Koefisien regresi X_4 (Pemasaran relasional) sebesar 0,634 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena tanda positif) 1 satuan pada variabel pemasaran relasional meningkatkan nilai loyalitas nasabah sebesar 0,634. Sebaliknya, jika variabel pemasaran relasional mengalami penurunan sebesar 1 satuan. Dengan hal tersebut, maka loyalitas nasabah diprediksi akan mengalami penurunan sebesar 0,634. Dengan asumsi variabel independen nilai lainnya tetap.
- f. Tanda positif (+) menandakan arah hubungan yang searah. Sedangkan tanda negatif (-) menunjukkan arah yang berbanding terbalik antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).

5. Uji Hipotesis

1. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji parsial masing-masing variabel. Berikut ini adalah hasil dari uji t berdasarkan dengan pengujian menggunakan SPSS versi 23.

Gambar 4.6 Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	8,845	2,725		3,246	,002
1					
Kepuasan (x1)	,663	,192	,846	3,462	,001
Kepercayaan (x2)	,232	,118	,222	1,965	,042
Citra merek (x3)	,423	,139	,671	3,037	,003
Pemasaran Relasional (x4)	,634	,080	,629	7,901	,000

a. Dependent Variable: loyalitas nasabah

Sumber: Output SPSS 23, data primer, 2020

Langkah-langkah pengujian Uji t sebagai berikut.

a. Variabel X_1 (Kepuasan)

1) Merumuskan Hipotesis

H_0 : Kepuasan tidak mempengaruhi secara parsial terhadap loyalitas nasabah Bank BRISyariah KK Kediri Tulungagung.

H_1 : Kepuasan mempengaruhi secara parsial terhadap loyalitas nasabah Bank BRISyariah KK Kediri Tulungagung.

2) Pengambilan keputusan menggunakan dua cara:

Cara 1: Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak

Cara 2: Jika Sig. > 0,005 maka H_0 diterima

Jika Sig. < 0,005 maka H_0 ditolak

Berdasarkan hasil uji t di atas diperoleh nilai t_{tabel} 0,667 (diperoleh dengan cara mencari nilai $df = n-1 = 100 - 1 = 99$, dan nilai α 5% dibagi menjadi dua yaitu $5\%/2 = 0,025$) dan nilai t_{hitung} sebesar 3,462. Karena nilai $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ yaitu $3,462 > 0,667$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak, yang berarti kepuasan secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Serta berdasarkan signifikansi t sebesar 0,001 yang lebih kecil dari nilai α sebesar 0,05. Maka, $0,001 < 0,05$ dengan demikian H_0 ditolak.

b. Variabel X_2 (Kepercayaan)

1) Merumuskan Hipotesis

H_0 : Kepercayaan tidak mempengaruhi secara parsial terhadap loyalitas nasabah Bank BRISyariah KK Kediri Tulungagung.

H_1 : Kepercayaan mempengaruhi secara parsial terhadap loyalitas nasabah Bank BRISyariah KK Kediri Tulungagung.

2) Pengambilan keputusan menggunakan dua cara:

Cara 1: Jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima

Jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak

Cara 2: Jika Sig. $> 0,005$ maka H_0 diterima

Jika Sig. $< 0,005$ maka H_0 ditolak

Berdasarkan hasil uji t di atas diperoleh nilai t_{tabel} 0,667 (diperoleh dengan cara mencari nilai $df = n-1 = 100 - 1 = 99$, dan nilai α 5% dibagi menjadi dua yaitu $5\%/2 = 0,025$) dan nilai t_{hitung} sebesar 1,965. Karena nilai $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ yaitu $1,965 > 0,667$ maka dapat disimpulkan

bahwa H_0 ditolak, yang berarti kepercayaan secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Serta berdasarkan signifikansi t sebesar 0,042 yang lebih kecil dari nilai α sebesar 0,05. Maka, $0,042 < 0,05$ dengan demikian H_0 ditolak.

c. Variabel X_3 (Citra Merk)

1) Merumuskan Hipotesis

H_0 : Citra merk tidak mempengaruhi secara parsial terhadap loyalitas nasabah Bank BRISyariah KK Kediri Tulungagung.

H_1 : Citra merk mempengaruhi secara parsial terhadap loyalitas nasabah Bank BRISyariah KK Kediri Tulungagung.

2) Pengambilan keputusan menggunakan dua cara:

Cara 1: Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak

Cara 2: Jika Sig. $> 0,005$ maka H_0 diterima

Jika Sig. $< 0,005$ maka H_0 ditolak

Berdasarkan hasil uji t di atas diperoleh nilai t_{tabel} 0,667 (diperoleh dengan cara mencari nilai $df = n-1 = 100 - 1 = 99$, dan nilai α 5% dibagi menjadi dua yaitu $5\%/2 = 0,025$) dan nilai t_{hitung} sebesar 3,037. Karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,037 > 0,667$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak, yang berarti citra merk secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Serta berdasarkan signifikansi t sebesar 0,003 yang lebih kecil dari nilai α sebesar 0,05. Maka, $0,003 < 0,05$ dengan demikian H_0 ditolak.

d. Variabel X_4 (Pemasaran Relasional)

1) Merumuskan Hipotesis

H_0 : Pemasaran relasional tidak mempengaruhi secara parsial terhadap loyalitas nasabah Bank BRISyariah KK Kediri Tulungagung.

H_1 : Pemasaran relasional mempengaruhi secara parsial terhadap loyalitas nasabah Bank BRISyariah KK Kediri Tulungagung.

2) Pengambilan keputusan menggunakan dua cara:

Cara 1: Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak

Cara 2: Jika $Sig. > 0,005$ maka H_0 diterima

Jika $Sig. < 0,005$ maka H_0 ditolak

Berdasarkan hasil uji t di atas diperoleh nilai t_{tabel} 0,667 (diperoleh dengan cara mencari nilai $df = n-1 = 100 - 1 = 99$, dan nilai α 5% dibagi menjadi dua yaitu $5\%/2 = 0,025$) dan nilai t_{hitung} sebesar 7,901. Karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $7,901 > 0,667$ maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak, yang berarti pemasaran relasional secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Serta berdasarkan signifikansi t sebesar 0,000 yang lebih kecil dari nilai α sebesar 0,05. Maka, $0,000 < 0,05$ dengan demikian H_0 ditolak.

2. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat. Berikut adalah hasil dari pengujian uji F.

Gambar 4.6 Hasil Uji F

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	170,760	4	42,690	13,434	,000 ^a
	Residual	301,880	95	3,178		
	Total	472,640	99			

a. Predictors: (Constant), Pemasaran relasional (x4), Kepuasan (x1), Kepercayaan (x2), Citra merk (x3)

b. Dependent Variable: loyalitas nasabah

Sumber: Output SPSS 23, data primer, 2020

Langkah-langkah pengujian:

a. Perumusan Hipotesis

H_0 : Kepuasan, Kepercayaan, Citra Merek, dan Pemasaran Relasional secara bersama-sama tidak mempengaruhi secara simultan terhadap Loyalitas Nasabah Bank BRISyariah KK Kediri Tulungagung.

H_1 : Kepuasan, Kepercayaan, Citra Merek, dan Pemasaran Relasional secara bersama-sama mempengaruhi secara simultan terhadap Loyalitas Nasabah Bank BRISyariah KK Kediri Tulungagung.

b. Pengambilan keputusan menggunakan dua cara:

Cara 1: Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak

Cara 2: Jika Sig. > 0,05 maka H_0 diterima

Jika Sig. < 0,05 maka H_0 ditolak

Berdasarkan tabel 4.7 di atas, didapat nilai F_{hitung} sebesar 13,434 dan F_{tabel} sebesar 3,09 ($V1 = k = 2$, $V2 = n - k - 1 = 100 - 2 - 1 = 97$), maka $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $13,434 > 3,09$. Hal ini menunjukkan bahwa semua variabel independen yaitu Kepuasan, Kepercayaan, Citra Merek, dan Pemasaran Relasional secara bersama-sama mempengaruhi secara simultan terhadap Loyalitas Nasabah Bank BRISyariah KK Kediri Tulungagung. Serta berdasarkan signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari α 0,05 yang berarti bahwa Kepuasan, Kepercayaan, Citra Merek, dan Pemasaran Relasional secara bersama-sama mempengaruhi secara simultan terhadap Loyalitas Nasabah Bank BRISyariah KK Kediri Tulungagung.

6. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel-variabel Loyalitas Nasabah. Nilai koefisien determinasi antara 0 sampai 1. Nilai R^2 yang mendekati satu berarti variabel independen penelitian memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel Loyalitas Nasabah.

Gambar 4.7 Hasil Uji Koefisien Determinasi**Model Summary^b**

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
.648 ^a	.420	.396	1.686	2.138

a. Predictors: (Constant), Pemasaran relasional (x4), Kepuasan (x1), Kepercayaan (x2), Citra merk (x3)

b. Dependent Variable: loyalitas nasabah

Sumber: Output SPSS 23, data primer, 2020

Hasil output di atas menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R-Square* sebesar 0,420 artinya 42% menunjukkan bahwa Kepuasan, Kepercayaan, Citra Merek, dan Pemasaran Relasional berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah Bank BRISyariah KK Kediri Tulungagung, dan sisanya 64% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.