

BAB V

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

A. Kualitas Pelayanan Berpengaruh Signifikan terhadap Loyalitas Nasabah di Bank Muamalat KCU Kediri

Kualitas pelayanan merupakan bagaimana sebuah tindakan yang diberikan dari sebuah produsen dalam melayani konsumennya, dalam hal ini yaitu antara pihak Bank Muamalat KCU Kediri dengan konsumennya yaitu nasabah bank tersebut. Kualitas pelayanan, merupakan sebuah daya tarik tersendiri dalam menarik konsumen atau nasabah dalam memberikan loyalitas atau kesetiaan.

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi konsumen. Apabila jasa yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa. Dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas jasa dianggap buruk. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan suatu perusahaan itu ialah seberapa jauh ia dapat memenuhi harapan para pelanggannya.⁶⁹

Kualitas pelayanan bisa diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan dari pelanggan di perusahaan. Kualitas pelayanan juga bergantung

⁶⁹Atep Adya Barata, *Dasar – dasar Pelayanan Prima*, Jakarta : PT Elex Komputindo, Hlm. 39.

pada beberapa hal, yaitu sistem, teknologi dan manusia. Dari faktor manusia sendiri sangat memegang kontribusi terbesar dari kualitas pelayanan terhadap perusahaan. Kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.⁷⁰

Kualitas pelayanan dapat tercipta melalui proses pelayanan yang baik, mulai dari tersedianya karyawan yang baik, tersedianya sarana dan prasarana yang baik, bertanggung jawab kepada setiap nasabah (pelanggan) sejak awal hingga selesai. Kemudian dari sisi intrapersonal antara karyawan bank dengan nasabahnya yaitu mampu melayani secara cepat dan tepat, komunikasi yang baik, hingga nantinya akan memberikan kepercayaan kepada nasabah.⁷¹

Dari beberapa uraian teori tersebut, hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCU Kediri. Artinya jika kualitas pelayanan meningkat maka loyalitas nasabah juga mengalami peningkatan. Begitu juga sebaliknya, apabila kualitas pelayanan menurun, maka loyalitas nasabah juga mengalami penurunan.

Kualitas pelayanan penting untuk membuat perusahaan lebih unggul dari para pesaingnya adalah memberikan pelayanan yang berkualitas dan memenuhi tingkat kepentingan konsumen. Menurut Kasmir, mengemukakan bahwa “Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada

⁷⁰Freddy Rangkuti, *Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan plus Analisis Kasus PLN-JP*, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama, 2006, Hlm. 28.

⁷¹Mariati Rahman, *Ilmu Administrasi*, (Makassar : CV Sah Media, 2017), hlm. 22.

pelanggan atau nasabah. Tindakan tersebut dapat dilakukan melalui cara langsung melayani pelanggan atau menempatkan sesuatu dimana pelanggan atau nasabah sudah tahu tempatnya atau pelayanan melalui telepon”.⁷²

Tindakan yang dilakukan untuk memenuhi keinginan pelanggan akan sesuatu produk atau jasa yang mereka butuhkan memerlukan pelayanan dari karyawan perusahaan. Hanya saja pelayanan yang diberikan terkadang berbentuk langsung dan tidak langsung. Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dalam hal ini ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu *expected service* dan *perceived service*. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dikategorikan baik atau memuaskan. Begitupun sebaliknya, apabila kualitas pelayanan yang diterima lebih rendah dan tidak memuaskan sama sekali dari yang diharapkan oleh konsumen tersebut, maka kualitas pelayanan dikategorikan buruk.⁷³

Kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima. Dalam sumber lain dijelaskan bahwa Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas

⁷²Teuku Aliansyah, dkk, “Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Aceh Syariah Cabang Banda Aceh”, Jurnal Manajemen, Vol. 1 No.1, November, hlm. 33.

⁷³ *Ibid.*,

tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi konsumen. Apabila jasa yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa. Dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas jasa dianggap buruk. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan suatu perusahaan itu ialah seberapa jauh ia dapat memenuhi harapan para pelanggannya.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di Bank Muamalat KCU Kediri. Artinya jika kualitas pelayanan meningkat maka loyalitas nasabah juga mengalami peningkatan. Begitu juga sebaliknya, apabila kualitas pelayanan menurun, maka loyalitas nasabah juga mengalami penurunan.

Hasil penelitian ini, sejalan dengan penelitian terdahulu dan kajian teori yang digunakan. Di mana dalam penelitian ini menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, sedangkan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Wuryanti Kuncoro yang bertujuan untuk menguji Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas yang Syar'i Pemegang Asuransi Syariah.⁷⁴ Menyatakan bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dengan begitu kedua penelitian tersebut menghasilkan keputusan yang sama yakni

⁷⁴ Wuryanti Kuncoro, *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas yang Syar'i Pemegang Asuransi Syari'ah*. Dalam skripsi UNISULA 2009.

kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Kasmir yang mengemukakan bahwa: “Pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah. Tindakan tersebut dapat dilakukan melalui cara langsung melayani pelanggan atau menempatkan sesuatu dimana pelanggan atau nasabah sudah tahu tempatnya atau pelayanan melalui telepon”. Berdasarkan analisis tersebut diketahui bahwa kualitas pelayanan yang diterima atau diperoleh mempengaruhi loyalitas nasabah di Bank Muamalat KCU Kediri. Apabila kualitas pelayanan yang diberikan semakin baik, maka loyalitas nasabah Bank Muamalat KCU Kediri juga akan meningkat, begitu juga sebaliknya.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilaksanakan oleh Wuryanti Kuncoro (2019) tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas yang Syar’i Pemegang Asuransi Syari’ah”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan.⁷⁵ Kemudian, penelitian yang dilakukan oleh Pratama dkk,⁷⁶ “Pengaruh pembiayaan *mudharabah*, pembiayaan *musyarakah* dan sewa *ijarah* terhadap profitabilitas.” Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembiayaan *mudharabah* (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap

⁷⁵ *Ibid.*,

⁷⁶ Ditha Nada Pratama, Lia Dwi Martika dan Teti Rahmawati “Pengaruh Pembiayaan *Mudharabah*, *Pembiayaan Musyarakah* dan *Sewa Ijarah* Terhadap *Profitabilitas* ”. (JRKA Volume 3 Isue 1, Februari 2017: 53 - 68).

tingkat tingkat profitabilitas (Y). Selanjutnya untuk pembiayaan *musyarakah* (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat profitabilitas. Kemudian untuk sewa *ijarah* (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat profitabilitas (Y). Secara bersama-sama diperoleh kesimpulan bahwa pembiayaan *mudharabah* (X1), pembiayaan *musyarakah* (X2) dan sewa *ijarah* (X3) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap tingkat profitabilitas (Y).

Berdasarkan uraian diatas, kualitas pelayanan bisa diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan dari pelanggan di perusahaan. Kualitas pelayanan juga bergantung pada beberapa hal, yaitu sistem, teknologi dan manusia. Dari faktor manusia sendiri sangat memegang kontribusi terbesar dari kualitas pelayanan terhadap perusahaan.

B. Kualitas Produk Berpengaruh Signifikan terhadap Loyalitas Nasabah di Bank Muamalat KCU Kediri

Produk merupakan sesuatu yang memberikan manfaat baik dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari atau sesuatu yang ingin dimiliki oleh konsumen. Kualitas produk merupakan sebuah hal yang wajib dan harus dimiliki dalam sebuah barang atau jasa yang dijual. dengan dimilikinya kualitas produk maka akan menjadi daya tarik bagi pembeli, calon pembeli, hingga pelanggannya. Dalam hal ini yaitu berkaitan dengan loyalitas nasabah Bank Muamalat KCU Kediri.

Kualitas produk merupakan keseluruhan ciri maupun sifat dari suatu produk ataupun pelayanan yang begitu berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat ini merupakan kualitas yang berpusat pada konsumen.⁷⁷ Menurut Lupiyoadi yang dikutip dari buku Manajemen Pemasaran Jasa, kualitas ialah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten.⁷⁸ Menurut Orville, Mullins, Boyd dan Larrache apabila dalam suatu perusahaan ingin mempertahankan keunggulan kompetitifnya dalam persaingan pasar, maka perusahaan harus mengerti aspek-aspek dimensi apa saja yang digunakan oleh konsumen untuk membedakan produk yang dijual perusahaan tersebut dengan produk pesaing.⁷⁹

Mengacu dari uraian diatas maka dapat diketahui bahwa produk yang ditawarkan oleh Bank Muamalat KCU Kediri merupakan produk yang sesuai dengan harapan nasabahnya. Produk yang diberikan mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, berupa barang ataupun jasa. Produk sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.

⁷⁷Anang Firmansyah, *Pemasaran Produk dan Merek*, Pasuruan : CV Qiara Media, 2019, Hlm. 13.

⁷⁸Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktek*, Jakarta: PT. Salemba Empat Patria, 2001, Hlm.144.

⁷⁹Anang Firmansyah, *Pemasaran Produk dan Merek*, Pasuruan : CV Qiara Media, 2019, Hlm. 16.

Definisi produk yang lain menurut Tjiptono adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.⁸⁰ Kualitas produk merupakan keseluruhan ciri maupun sifat dari suatu produk ataupun pelayanan yang begitu berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat ini merupakan kualitas yang berpusat pada konsumen.⁸¹

Menurut Lupiyoadi yang dikutip dari buku Manajemen Pemasaran Jasa, kualitas ialah “keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten”.⁸² Dari pengertian tersebut dapat saya simpulkan bahwasannya produk merupakan sesuatu yang memberikan manfaat baik dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari atau sesuatu yang ingin dimiliki oleh konsumen.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah di Bank Muamalat KCU Kediri. Artinya jika kualitas produk meningkat maka loyalitas nasabah juga mengalami peningkatan. Begitu juga sebaliknya, apabila kualitas produk menurun, maka loyalitas nasabah juga mengalami penurunan.

⁸⁰ Fandy, Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta: ANDI, 1997, Hlm. 95.

⁸¹ Anang Firmansyah, *Pemasaran Produk dan Merek*, Pasuruan : CV Qiara Media, 2019, Hlm. 13.

⁸² Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktek*, Jakarta: PT. Salemba Empat Patria, 2001, Hlm.144.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Philip Kotler yang mengemukakan bahwa: “Sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar dengan maksud untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen”. Berdasarkan analisis tersebut diketahui bahwa kualitas produk yang diterima atau diperoleh mempengaruhi loyalitas nasabah di Bank Muamalat KCU Kediri. Apabila kualitas produk yang diberikan semakin baik, maka loyalitas nasabah Bank Muamalat KCU Kediri juga akan meningkat, begitu juga sebaliknya.

Hasil penelitian ini, turut didukung oleh hasil penelitian terdahulu yang dilaksanakan oleh Vera Dema Ambarsari (2017),⁸³ “Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan, Dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pengguna Smartphone Samsung, (Studi Kasus Mahasiswa Di Universitas Muhammadiyah Surakarta).” Hasil penelitiannya yaitu sesuai dengan beberapa kesimpulan bahwa dari hasil uji t, variabel kualitas produk (X1) kepercayaan (X2) dan kepuasan pelanggan (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Kemudian, penelitian yang dilakukan oleh Devi,⁸⁴ tentang “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa di Surabaya),” hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan

⁸³ Vera Dema Ambarsari, *Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan, Dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pengguna Smartphone Samsung, (Studi Kasus Mahasiswa Di Universitas Muhammadiyah Surakarta)*, SKRIPSI, 2017.

⁸⁴ Lenggang Kurnia Intan Devi, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa di Surabaya)”. (Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel, Surabaya, 2019), hlm. 96.

pembelian pada *marketplace* Shopee, hal tersebut disebabkan produk yang ditawarkan tidak sesuai ekspektasi, sedangkan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian karena harga yang ditawarkan sesuai kualitas.

Dari berbebagi uraian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwasanya kualitas produk menjadi salah satu bagian penting untuk menarik minat pelanggan tetap maupun calon pelanggan, atau dalam konteks penelitian ini berhubungan dengan nasabah Bank Muamalat. Keberadaan kualitas produk menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam loyalitas nasabah untuk selalu menjadi mitra dengan suatu lembaga, dalam hal ini yaitu Bank Muamalat KCU Kediri.

C. Kepercayaan Berpengaruh Signifikan terhadap Loyalitas Nasabah di Bank Muamalat KCU Kediri

Kepercayaan adalah salah satu faktor yang sangat mempengaruhi dalam proses pembangunan sebuah hubungan jangka pendek maupun panjang. Kepercayaan mampu meminimalisir risiko menggunakan layanan, oleh karenanya dapat dianggap sebagai konsekuensi dari evaluasi positif dari layanan dan loyalitas Konsumen. Disisi lain, bahwasannya kepercayaan konsumen di perusahaan merupakan sikap loyalitas untuk Konsumen yang berorientasi relasional, kepercayaan dan komitmen merupakan kunci anteseden loyalitas

Dikutip dari *Impact Of Service*, Morgan dan Hunt menyatakan “*stated that trust exist only when one party has confidence in an exchange partner’s reliability and integrity*” menjelaskan bahwa “kepercayaan hanya

ada ketika salah satu pihak yakin dalam hubungan kerjasama yang dapat diandalkan dan mempunyai integritas”.⁸⁵ Menurut Sumarwan, “kepercayaan merupakan kekuatan bahwa suatu produk memiliki atribut tertentu”. Mowen dan Minor mendefinisikan, “kepercayaan konsumen sebagai semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen, dan semua kesimpulan yang dibuat oleh konsumen tentang objek, atribut dan manfaat”.⁸⁶

Kepercayaan nasabah Bank Muamalat KCU Kediri, yaitu terbentuk oleh nasabah sendiri melalui beberapa pengetahuan yang dimiliki. Pengetahuan terkait citra, reputasi dan kualitas pelayanan memiliki kekuatan untuk membentuk kepercayaan. Dalam sebuah bisnis, untuk membangun dan mempertahankan hubungan jangka pendek maupun panjang, kepercayaan adalah salah satu faktor yang sangat mempengaruhi.

Kepercayaan mampu meminimalisir risiko menggunakan layanan, oleh karenanya dapat dianggap sebagai konsekuensi dari evaluasi positif dari layanan dan loyalitas Konsumen. Disisi lain, bahwasannya kepercayaan konsumen di perusahaan merupakan sikap loyalitas untuk Konsumen yang berorientasi relasional, kepercayaan dan komitmen merupakan kunci anteseden loyalitas.

Barnes menyatakan bahwasannya ada beberapa elemen penting dari kepercayaan yaitu, kepercayaan merupakan perkembangan dari pengalaman dan tindakan masa lalu, watak/sifat yang diharapkan dari

⁸⁵ Akbar, Muhammad Muzahid dan Noorjahan Parvez. “*Impact of service, quality, trust and customer satisfaction on customer loyalty*. *ABAC Vol. 29, No. 1, (January-April), 2009*. Hlm. 26.

⁸⁶ Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, (Bogor, Ghalia Indonesia, 2002), hlm. 135-136.

partner, misalnya dapat dipercaya dan dapat diandalkan. Kepercayaan melibatkan kesediaan untuk menempatkan diri dalam risiko.⁸⁷

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah di Bank Muamalat KCU Kediri. Artinya jika kepercayaan meningkat maka loyalitas nasabah juga mengalami peningkatan. Begitu juga sebaliknya, apabila kepercayaan menurun, maka loyalitas nasabah juga mengalami penurunan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Morgan yang mengemukakan bahwa: “kepercayaan hanya ada ketika salah satu pihak yakin dalam hubungan kerjasama yang dapat diandalkan dan mempunyai integritas”. Berdasarkan analisis tersebut diketahui bahwa kepercayaan yang diterima atau diperoleh mempengaruhi loyalitas nasabah di Bank Muamalat KCU Kediri. Apabila kepercayaan yang diberikan semakin baik, maka loyalitas nasabah Bank Muamalat KCU Kediri juga akan meningkat, begitu juga sebaliknya.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilaksanakan oleh Penelitian yang dilakukan Ernani Hadiyati (2010) yang berjudul “Analisis Kualitas Pelayanan dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus pada PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Lawang”. Hasil analisisnya yaitu variabel kualitas pelayanan yang meliputi bukti langsung (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), tanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan perhatian (*empathy*), terbukti berpengaruh signifikan, baik secara

⁸⁷Barnes, James G., *Secrets Of Customer Relationship Management*, ANDI, Yogyakarta. 2003, Hlm. 149.

silmutan maupun secara parsial, terhadap loyalitas pelanggan PT. Pos Indonesia (Persero) Kantor Pos Lawang. Kemudian, penelitian yang dilakukan oleh Mohammad Assegaf (2009), tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Perusahaan Penerbangan PT. Garuda di Semarang)”. Dalam penelitian ini terbukti bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas pelanggan sehingga menyebabkan pelanggan terpuaskan.⁸⁸

Dari berbagai uraian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwasanya kepercayaan nasabah dibentuk oleh nasabah sendiri melalui beberapa pengetahuan yang dimiliki. Pengetahuan terkait citra, reputasi dan kualitas pelayanan memiliki kekuatan untuk membentuk kepercayaan. Sehingga penting bagi Bank Muamalat KCU Kediri untuk menjaga kepercayaan yang selama ini telah terbentuk.

D. Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepercayaan Secara Simultan atau Bersama-sama Berpengaruh Signifikan terhadap Loyalitas Nasabah di Bank Muamalat KCU Kediri

Loyalitas merupakan fungsi dari kepuasan pelanggan, rintangan pengalihan dan keluhan nasabah. Pelanggan yang puas akan dapat menggunakan pembelian ulang pada waktu yang akan datang dan memberitahukan kepada orang lain atas apa yang dirasakan. Loyalitas merupakan bagian penting dalam kesetiaan terhadap sebuah produk,

⁸⁸ Mohammad Assegaf, *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Perusahaan Penerbangan PT. Garuda di Semarang)*, dalam skripsi UNISULA 2009.

berkaitan dengan penelitian ini yaitu mengenai loyalitas nasabah dalam kekuhannya dalam menabung di Bank Muamalat KCU Kediri.

Kesetiaan merupakan sebuah kata bergaya kuno yang menjelaskan keadaan dimana seseorang menyerahkan seluruh jiwa dan raganya pada suatu negara, keluarga atau teman-temannya. Ismail menjelaskan definisi loyalitas merupakan komitmen yang dipegang teguh untuk membeli ulang atau berlangganan dengan produk ataupun jasa yang disukai secara konsisten di masa mendatang sehingga menimbulkan pembelian merek atau rangkaian merek yang sama secara berulang, meskipun pengaruh situasional dan upaya pemasaran berpotensi untuk menyebabkan perilaku beralih merek.⁸⁹

Istilah loyalitas pelanggan berasal dari loyalitas merek yang mencerminkan loyalitas pelanggan pada merek tertentu. Pelanggan yang setia merupakan mereka yang sangat puas dengan produk tertentu sehingga mempunyai antusiasme untuk memperkenalkan kepada siapapun yang mereka kenal. Selanjutnya pada tahap berikutnya pelanggan yang loyal tersebut akan memperluas “kesetiaan” mereka pada produk lain buatan produsen yang sama. Pada akhirnya mereka adalah konsumen yang setia kepada produsen tertentu untuk memilih produk seterusnya.⁹⁰

Pelanggan yang loyal merupakan aset yang penting bagi perusahaan, hal ini dapat dilihat dari karakteristik yang dimilikinya, sebagaimana yang diungkapkan Griffin yaitu pelanggan yang loyal yaitu konsumen tidak

⁸⁹ Kusuma Wijayanto, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Surakarta*, Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya, Vol. 17. No. 1, 2015, hlm. 38.

⁹⁰ Husein Umar, *Metode Riset Bisnis*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, cetakan ke-2, 2003), Hlm. 241.

hanya membeli jasa dan produk utama tetapi konsumen membeli lini produk dan jasa dari perusahaan yang sama. Selain melakukan pembelian produk atau jasa utama, pelanggan juga membeli produk di luar keinginan. Serta, nasabah merasa perlu menabung secara teratur dengan menggunakan berbagai produk yang ditawarkan dan memiliki kepercayaan untuk menggunakan produk bank setiap mempunyai kebutuhan dana.⁹¹

Ketuhan loyalitas dalam penelitian ini dapat diketahui dengan hasil pengujian statistik mengenai pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepercayaan seorang nasabah dalam kekukuhannya untuk tetap menabung di Bank Muamalat KCU Kediri. Inilah yang menjadi ukurannya antara loyal dan tidaknya, serta dengan perbandingan pada teori-teori yang ada,

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di Bank Muamalat KCU Kediri. Besarnya tingkat kualitas pelayanan dalam mempengaruhi kepuasan nasabah dapat dilihat dari persamaan regresi linier berganda yang menunjukkan nilai positif mempunyai arti bahwa setiap kenaikan kualitas pelayanan terhadap nasabah di Bank Muamalat KCU Kediri akan meningkatkan loyalitas nasabah di Bank Muamalat KCU Kediri. Semakin baik kualitas pelayanan maka loyalitas nasabah Bank Muamalat KCU Kediri juga akan mengalami kenaikan.

⁹¹ Ervin Kumala Aziz, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan BSM Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri KC. XXX Kota Malang*, Jurnal Ekonomi Syariah, Vol. 2 No.2, 2017, hlm. 71.

Besarnya tingkat kualitas produk dalam mempengaruhi loyalitas nasabah dapat dilihat dari persamaan regresi linier berganda yang menunjukkan nilai positif mempunyai arti bahwa setiap kenaikan kualitas produk terhadap nasabah di Bank Muamalat KCU Kediri akan meningkatkan loyalitas nasabah di Bank Muamalat KCU Kediri. Semakin baik kualitas produk maka loyalitas nasabah Bank Muamalat KCU Kediri juga akan mengalami kenaikan.

Besarnya tingkat kepercayaan dalam mempengaruhi loyalitas nasabah dapat dilihat dari persamaan regresi linier berganda yang menunjukkan nilai positif mempunyai arti bahwa setiap kenaikan kepercayaan terhadap nasabah di Bank Muamalat KCU Kediri akan meningkatkan loyalitas nasabah di Bank Muamalat KCU Kediri. Semakin baik kualitas kepercayaan maka loyalitas nasabah Bank Muamalat KCU Kediri juga akan mengalami kenaikan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Kotler dan Keller, yang menyatakan bahwa loyalitas pelanggan berasal dari pemenuhan harapan atau harapan konsumen, sedangkan ekspektasi sendiri berasal dari pengalaman pembelian terdahulu oleh konsumen, opini dari teman dan kerabat, janji atau informasi dari pemasar atau pesaing. Dan teori Tjiptono menyatakan bahwa, loyalitas pelanggan dapat diartikan sebagai pembelian ulang bisa berupa hasil dominasi pasar oleh perusahaan yang berhasil membuat produknya menjadi satu-satunya alternatif tersedia. Agar layanan mampu memuaskan dan membuat nasabah loyal, ada empat persyaratan pokok, yaitu : (a) tingkah laku yang sopan, (b) cara menyampaikan sesuatu

yang berkaitan dengan apa yang seharusnya diterima oleh orang yang bersangkutan, (c) integritas produk dan (d) kepercayaan penuh yang diberikan kepada pelanggan. Faktor pendukung yang tidak kalah pentingnya dengan kepuasan diantaranya faktor kesadaran para karyawan atau petugas yang berkecimpung dalam pelayanan umum, faktor aturan yang menjadi landasan kerja pelayanan, faktor organisasi yang merupakan alat serta sistem yang memungkinkan berjalannya mekanisme kegiatan pelayanan, faktor pendapatan yang dapat memenuhi kebutuhan hidup minimum, faktor keterampilan petugas, dan faktor sarana dalam melaksanakan tugas pelayanan.

Dengan demikian, loyalitas nasabah sebagaimana yang dipaparkan di atas, dipengaruhi oleh faktor kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan yang diperoleh nasabah, sehingga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Dapat saya simpulkan bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Muamalat KCU Kediri.