

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan dan Jenis Penelitian**

##### **1. Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel. Pendekatan ini bertujuan untuk menguji teori, membangun fakta, menunjukkan hubungan antar variabel, memberikan deskripsi statistik, menaksir dan meramalkan hasilnya. Penelitian ini digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian. Yang dimaksud penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang menggunakan analisis data yang berbentuk numerik atau angka. Pada dasarnya, pendekatan ini menggambarkan data melalui angka-angka, seperti presentasi tingkat pengangguran, kemiskinan, data rasio keuangan dan lain sebagainya. Tujuan lain dari penelitian kuantitatif yaitu untuk mengembangkan dan menggunakan model matematis, teori dan atau hipotesis yang berkaitan dengan fenomena yang diselidiki oleh peneliti.<sup>1</sup>

Tanzeh berpendapat bahwa pendekatan kuantitatif sendiri merupakan pendekatan dengan tujuan untuk menguji teori yang telah ada dan membangun fakta, menunjukkan gabungan antar variabel, memberikan deskripsi statistik, menaksir dan meramalkan hasilnya.

---

<sup>1</sup> Suryani dan hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif: Tori dan Aplikasi pad Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*, (Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP, 2015), hlm 109.

Desain penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif harus terstruktur, baku, formal dan dirancang sematang mungkin sebelumnya.<sup>2</sup>

## 2. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif. Penelitian yang mencari hubungan antara satu atau beberapa variabel dengan variabel lain.<sup>3</sup> Penelitian asosiatif merupakan jenis penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh atau juga hubungan antara dua variabel atau lebih. Penelitian jenis ini mempunyai tingkatan tertinggi dibandingkan dengan deskriptif dan komparatif karena dengan penelitian ini dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala.<sup>4</sup> Dalam penelitian ini mencari hubungan yang ditimbulkan dari variabel bebas Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ), Strategi Pemasaran ( $X_2$ ) dan Religiusitas ( $X_3$ ) terhadap variabel terkait Loyalitas Nasabah (Y).

## B. Populasi, Sampling dan Sampel Penelitian

### 1. Populasi

Pada dasarnya populasi (*population or univers*) penelitian adalah totalitas objek atau keseluruhan item psikologi (*phsychological object or items*) yang dibatasi oleh kriteria tertentu.<sup>5</sup> Dapat disimpulkan bahwa populasi adalah keseluruhan subyek atau obyek yang memenuhi syarat tertentu berkaitan dengan penelitian yang berada pada wilayah tertentu.

---

<sup>2</sup>Ahmad Tanzeh, *Pengantar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Teras, 2011), hlm 99.

<sup>3</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Jakarta: Alfabeta, 2005), hlm 11.

<sup>4</sup>Widisudharta, <https://widisudharta.weebly.com/metode-penelitian-skripsi.html>, diakses pada tanggal 28 Februari, pukul 20.55 WIB.

<sup>5</sup>Ibid., hlm 126.

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah nasabah di BRI Syariah KC Tulungagung, yang didapat melalui data sebagai berikut:

**Tabel 3.1**

**Perkembangan Nasabah Bri Syariah Tulungagung**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Nasabah</b>
<b>2017</b>	9.878 Nasabah
<b>2018</b>	11.002 Nasabah
<b>2019</b>	12.591 Nasabah

Sumber: data BRI Syariah Tulungagung

Untuk menentukan besarnya sampel, peneliti menggunakan rumus dengan *Metode Solvin*. Rumus *Metode Solvin* adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah seluruh populasi

e = Presentase kelonggaran ketidaktelitian karena sampel masih dapat di toleransi adalah 10%.

Untuk menggunakan rumus ini, pertama ditentukan berapa batas toleransi kesalahan. Batas toleransi kesalahan ini dinyatakan dengan presentase. Semakin kecil toleransi kesalahan, maka akan semakin akurat sampel yang menggambarkan populasi.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup>Muhammad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*, (Jakarta: Rajawali Press, 2008), hlm 180.

Jumlah populasi yang ada pada BRI Syariah Tulungagung pada tahun 2019 adalah 12.591 orang dengan toleransi error 10%, maka perhitungannya sebagai berikut:

Diketahui :

$$N = 12.591$$

$$e = 10\% \text{ atau } 0,1$$

Maka :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{12.591}{1 + 12.591 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{12.591}{1 + 12.591 (0,01)}$$

$$n = \frac{12.591}{126,91}$$

$$n = 99,2120 \text{ (dibulatkan menjadi 100)}$$

Dari perhitungan diatas dengan jumlah populasi 12.591 maka dapat diketahui jumlah sampel yang harus diambil dalam penelitian ini sebanyak 100 responden.

## 2. Sampling dan Sampel Penelitian

Teknik sampling yaitu teknik yang digunakan untuk mengambil sampel agar terjamin representasinya terhadap populasi. Dalam penelitian ini sampel diambil dengan cara menggunakan teknik *probability sampling* dimana teknik ini memberikan kesempatan yang sama pada setiap elemen populasi untuk terpilih sebagai sampel dengan pemilihan sampel yang dilakukan secara acak.<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup>Muslich Anshori, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Surabaya: Airlangga University Press, 2017), hlm 109.

Sampel merupakan sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Jadi yang dimaksud sampel adalah sebagian atau wakil dari keseluruhan obyek atau subyek penelitian yang bermitra dengan BRI SyariahTulungagung. Dalam penelitian ini sampel yang diambil oleh peneliti adalah sebanyak 100 responden.

## **C. Sumber Data, Variabel dan Skala Pengukuran**

### **1. Sumber Data**

Data merupakan sekumpulan informasi yang diperlukan untuk pengambilan keputusan. Data adalah segala informasi yang dijadikan dan diolah untuk suatu kepentingan penelitian. Sumber data dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi dua macam, yaitu:<sup>8</sup>

Data primer, yaitu data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti di lapangan. Data ini merupakan data mentah yang didapat dari hasil kuesioner yang dibagikan kepada nasabah BRI Syariah Tulungagung.

Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain seperti buk-buku maupun artikel. Data sekunder dalam penelitian ini diambil dari sejumlah buku, brosur, artikel, *website* maupun penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini.

---

<sup>8</sup>Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*, (Jakarta: PRENAMEDIA GROUP, 2015), hlm 167.

## 2. Variabel Penelitian

Variabel penelitian menurut Sugiyono adalah suatu atribut seseorang atau objek yang mempunyai variasi antara satu objek dengan objek yang lain yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.<sup>9</sup>

Menurut judul penelitian ini, maka variabel dalam penelitian ini adalah:

### a. Variabel Independent (Bebas)

Variabel independent merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel bebas juga merupakan variabel yang dapat mempengaruhi hubungan positif dan negatif.<sup>10</sup> Dalam penelitian ini variabel bebas yang digunakan adalah:

$X_1$  : Kualitas Pelayanan.

$X_2$  : Strategi Pemasaran.

$X_3$  : Religiusitas.

### b. Variabel Dependent (Terikat)

Variabel dependent adalah variabel yang menjadi akibat atau dipengaruhi karena adanya variabel independent (bebas).<sup>11</sup> Variabel dependent yang akan diuji dalam penelitian ini adalah:

$Y$  : Loyalitas Nasabah.

---

<sup>9</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*, (Bandung: Alfabeta, 2006), hlm 38.

<sup>10</sup>Puguh Suharsono, *Metode Penelitian Untuk Bisnis*, (Jakarta: PT. Indeks, 2009), hlm 36.

<sup>11</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Administrasi*, (Bandung: Alfabeta, 2006), hlm 39.

### 3. Skala Pengukuran

Pengukuran penelitian ini menggunakan skala Likert. Menurut Sugiyono, skala Likert umum digunakan dalam angket dan skala yang paling banyak digunakan dalam riset berupa survei. Skala likert digunakan untk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.<sup>12</sup>

Ciri khas dari skala Likert yaitu semakin tinggi nilai yang didapar oleh seorang responden, maka dapat dikatakan responden semakin positif terhadap objek yang akan diteliti. Skala Likert sendiri memiliki pengertian yaitu metode pengukuran yang digunakan untuk mengukur pendapat, sikap dan perpesi seseorang atau kelompok mengenai fenomena sosial. Pengukuran yang digunakan menggunakan angkey atau kuisisioner yang akan dibagikan atau disebar kepada responden dengan 5 alternatif tanggapan atas pertanyaan yang diajukan. Responden diminta memilih salah satu alternatif jawaban yang telah disediakan. Skor dari skala tersebut adalah:

---

<sup>12</sup>Nikolaus Duli, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan SPSS*, (Yogyakarta: CV.Budi Utama, 2019), hlm 77.

**Tabel 3.2**

**Skala Penilaian Likert**

<b>Simbol</b>	<b>Alternatif Jawaban</b>	<b>Nilai</b>
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
RR	Ragu-Ragu	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

**D. Teknik Pengumpulan Data**

**a. Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data merupakan langkah standar dan sistematis untuk mendapat data yang diperlukan.<sup>13</sup> Teknik pengumpulan data adalah suatu metode pengumpulan data primer dan sekunder dalam suatu penelitian. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode angket atau kuisioner. Penyebaran angket atau kuisioner kepada para nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung adalah untuk mengetahui tanggapan maupun jawaban yang berkaitan dengan penelitian ini secara objektif.

---

<sup>13</sup>Ahmad Tanzeh, *Metodologi Penelitian Praktis*, (Yogyakarta: Teras, 2011), hlm 83.



## E. Analisis Data

Analisis data adalah upaya data yang sudah tersedia kemudian diolah dengan statistik dan dapat digunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian.<sup>14</sup> Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

### 1. Uji Validitas

Validitas berkaitan dengan mengukur konsep yang ingin diukur apakah alat ukur yang digunakan tepat. Dengan uji validitas dapat memastikan apakah alat ukur yang digunakan oleh peneliti adalah valid dan dapat menjamin bahwa temuan-temuan dalam penelitian juga dihasilkan dari pengukuran yang tepat.<sup>15</sup> Skala pengukuran menggunakan nilai *Corrected Item-Total Correlate* pada output *Cronbach Alpha* dengan ketentuan:

- a) Jika nilai *Corrected Item-Total Correlate* (r hitung) > *Cronbach Alpha* (r tabel) maka pernyataan tersebut valid.
- b) Jika nilai *Corrected Item-Total Correlate* (r hitung) < *Cronbach Alpha* (r tabel) maka pernyataan tersebut tidak valid.

### 2. Uji Realibilitas

Uji realibilitas merupakan suatu alat ukur yang digunakan untuk mengetahui konsistensi atau kestabilan dari suatu pengukuran. Pengukuran yang memiliki realibilitas tinggi dapat dikatakan sebagai

---

<sup>14</sup>V. Wiranata Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), hlm 21.

<sup>15</sup>Eriyanto, *Analisis ISI: Pengantar Metodologi*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2011), hlm 259.

pengukuran yang reliabel atau konsisten. Berikut dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas adalah<sup>16</sup>:

- a) Jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,06 maka kuisioner dianggap reliabel atau konsisten.
- b) Jika nilai *Crinbach's Alpha* < 0,60 maka kuisioner dianggap tidak reliabel atau konsisten.

### 3. Uji Normalitas

Sekelompok data diuji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui suatu distribusi normal atau tidak. Dengan kata lain, uji normalitas yaitu bertujuan untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mendekati atau mengikuti distribusi normal.<sup>17</sup>

Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan *Kolmogrov Smirnov* dengan dasar asumsi:

- a) Jika signifikan > 0,50 maka variabel berdistribusi normal.
- b) Jika signifikan > 0,50 maka variabel tidak berdistribusi normal.

### 4. Uji Asumsi Klasik

#### 1) Autokorelasi

Untuk melihat apakah terjadi kolerasi antara variabel pada suatu periode dengan periode sebelumnya maka digunakan Uji Autokorelasi. Autokorelasi sering digunakan pada sata *time series*.

---

<sup>16</sup> V. Wiranata Sujarweni, *SPSS untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014), hlm 193.

<sup>17</sup> Singgih Santoso, *Statistik Multivariat: Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2010), hlm 43.

Uji statistik yang sering digunakan yaitu uji *Durbin-Watson*<sup>18</sup> dengan asumsi sebagai berikut:

- a) Angka D-W dibawah -2 berarti ada autokorelasi positif.
- b) Angka D-W diantara -2 dan +2 berarti tidak ada autokorelasi.
- c) Angka D-W diatas +2 berarti ada autokorelasi negatif.

## 2) Heteroskedastisitas

Adanya ketidaksamaan varians dari Satu pengamatan ke pengamatan yang lain, dapat terjadi dalam sebuah model regresi. Maka untuk mengetahui hal tersebut, dapat digunakan uji heteroskedastisitas. Dikatakan homoskedastisitas jika, varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang, dan dikatakan heteroskedastisitas jika varians berbeda. Deteksi adanya heteroskedastisitas dapat dilihat dengan ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot*. Suatu model tidak heteroskedastisitas jika penyebaran titik-titik data sebaiknya tidak berpola, titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0, dan titik-titik data tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja.

## 3) Multikolinieritas

Dalam model regresi dapat ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas, untuk mengetahui hal tersebut maka digunakan Uji Multikolinieritas. Tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas maka dapat dikatakan model regresi yang baik. Untuk mendeteksi

---

<sup>18</sup>Eng. Yeri Sutopo dan Achmad Slamet, *Statistik Inferensial*, (Yogyakarta: ANDI, 2017), hlm 102.

terjadinya multikolinieritas dapat dilihat dengan *variance inflation factor* (VIF). Batas VIF adalah 10, jika nilai VIF dibawah 10, maka bebas multikolinieritas.<sup>19</sup>

## 5. Uji Regresi Berganda

Analisis linier berganda adalah hubungan secara linier antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependeln (Y). Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh antara varianel independen dengan variabel dependen apakah positif atau negatif. Dalam penelitian ini terdapat satu variabel terikat yang dipengaruhi oleh tiga variabel bebas, maka untuk menguji suatu permasalahan dalam penelitian ini menggunakan alat analisis regresi berganda. Persamaan umum regresi berganda adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Keterangan :

Y = variabel dependen (loyalitas nasabah)

X<sub>1</sub> = variabel independen (kualitas pelayanan)

X<sub>2</sub> = variabel independen (strategi pemasaran)

X<sub>3</sub> = variabel independen (religiusitas)

a = harga konstanta

b<sub>1</sub>; b<sub>2</sub>; b<sub>n</sub> = koefisien regresi masing-masing variabel

---

<sup>19</sup>Zulfikar, *Pengantar Pasar Modal dengan Pendekatan Statistika*, (Yogyakarta: Deepublish, 2016), hlm 224.

## 6. Uji Hipotesis

### 1) Uji T

Uji t dikenal dengan kata lain yaitu uji parsial, uji yang digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikat. Derajat yang digunakan adalah 0,05. Dengan kriteria sebagai berikut:

- a) Jika nilai signifikan  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak,  $H_1$  diterima, sehingga ada pengaruh signifikan antara variabel X dengan variabel Y.
- b) Jika nilai signifikan  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima,  $H_1$  ditolak, sehingga tidak ada pengaruh signifikan antara variabel X dengan variabel Y.

### 2) Uji F

Kegunaan dari uji F adalah untuk menguji bagaimana pengaruh semua variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Derajat yang digunakan adalah 0,05. Hasil uji F dapat dilihat didalam tabel ANOVA dengan kriteria:

- a) Jika signifikan  $\geq \alpha 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak.
- b) Jika signifikan  $\leq \alpha 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

## 7. Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi merupakan suatu ukuran yang menunjukkan besar sumbangan dari variabel penjelas terhadap variabel respon. Koefisien determinasi dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel independen (kualitas pelayanan, strategi

pemasaran dan religiusitas) terhadap variabel dependen (loyalitas nasabah). Nilai koefisien determinasi diantara 0 sampai 1, semakin mendekati angka 1 nilai koefisien determinasi maka pengaruh variabel X terhadap variabel Y semakin kuat, dan sebaliknya, semakin mendekati angka 0 nilai koefisien determinasi maka pengaruh variabel X terhadap variabel Y semakin lemah.

## **F. Definisi Konsep dan Operasional Variabel**

### **X1. Kualitas Pelayanan**

#### **X1.1 Bukti Fisik**

X1.1.1 BRI Syariah Tulungagung memiliki gedung yang megah.

X1.1.2 BRI Syariah Tulungagung memiliki lahan parkir yang luas.

X1.1.3 BRI Syariah Tulungagung memiliki ruang tunggu yang memadai.

#### **X1.2 Kehandalan**

X1.2.1 BRI Syariah Tulungagung memiliki pegawai yang tanggap dalam menangani persoalan.

X1.2.2 Pegawai BRI Syariah Tulungagung selalu memberikan informasi yang akurat.

X1.2.3 Teknologi informasi BRI Syariah Tulungagung canggih dan dapat bersaing.

#### **X1.3 Keikutsertaan**

X1.3.1 Pegawai BRI Syariah Tulungagung memberikan perhatian yang maksimal.

X1.3.2 Pegawai BRI Syariah Tulungagung ikut serta mengatasi masalah yang dihadapi dalam transaksi.

X1.3.3 Pegawai BRI Syariah Tulungagung ikut serta dalam kelancaran transaksi

#### **X1.4 Jaminan dan Kepastian**

X1.4.1 BRI Syariah Tulungagung memberikan jaminan keamanan dalam bertransaksi.

X1.4.2 BRI Syariah Tulungagung memberikan jaminan keamanan uang nasabah.

X1.4.3 BRI Syariah Tulungagung memberikan jaminan kehalalan dalam bertransaksi sesuai dengan syariah.

#### **X1.5 Kepedulian**

X1.5.1 Pegawai BRI Syariah Tulungagung mudah diajak berkomunikasi dalam bertansaksi.

X1.5.2 Pegawai BRI Syariah Tulungagung memahami kebutuhan nasabah.

X1.5.3 Pegawai BRI Syariah Tulungagung tidak membeda-bedakan dalam memberikan pelayanan.

### **X2. Strategi Pemasaran**

#### **X2.1 Produk**

X2.1.1 Produk tabungan yang ditawarkan BRI Syariah Tulungagung menarik.

X2.1.2 Produk yang ditawarkan BRI Syariah Tulungagung bervariasi.

## **X2.2 Price**

X2.2.1 Biaya administrasi BRI Syariah Tulungagung relatif murah.

X2.2.2 Bagi hasil yang ditawarkan BRI Syariah Tulungagung tinggi.

## **X2.3 Promotion**

X2.3.1 Brosur tabungan yang ditawarkan BRI Syariah Tulungagung menarik.

X2.3.2 Logo papan BRI Syariah Tulungagung menarik dan gampang dilihat di jalan.

## **X2.4 Place**

X2.4.1 Kantor BRI Syariah Tulungagung berada di jalan utama kota.

X2.4.2 Kantor BRI Syariah Tulungagung mudah dijangkau.

## **X3. Religiusitas**

### **X3.1 Pengetahuan Agama**

X3.1.1 Saya mengetahui bahwa riba itu dilarang oleh agama Islam.

X3.1.2 Saya mengetahui bahwa pelaku riba akan disiksa di dunia dan akhirat.

X3.1.3 Saya mengetahui bahwa bunga bank sama dengan riba.

### **X3.2 Dimensi Penghayatan**

X3.2.1 Saya berusaha menghindari perkara yang haram.

X3.2.2 Saya berusaha menghindari perkara yang subhat dan makruh.

X3.2.3 Saya berusaha menghindari riba atau bunga bank.

### **X3.3 Dimensi Pengamalan**

X3.3.1 Saya mengamalkan ajaran Islam secara keseluruhan.



X3.3.2 Saya berusaha menjauhi semua larangan yang dilarang dalam ajaran agama Islam.

X3.3.3 Saya berusaha menjalankan yang diperintahkan Allah SWT.

## **Y. Loyalitas Nasabah**

### **Y1. Pembelian Secara Teratur**

Y1.1 Saya tetap melakukan transaksi di BRI Syariah Tulungagung secara rutin dan teratur.

Y1.2 Saya tetap menggunakan produk yang sama di BRI Syariah Tulungagung.

### **Y2. Membeli Antar Lini Produk atau Jasa**

Y2.1 Saya menggunakan produk lain yang ditawarkan di BRI Syariah Tulungagung.

Y2.2 Saya memiliki produk lain selain produk atau jasa yang digunakan di BRI Syariah Tulungagung.

### **Y3. Merekomendasikan Produk ke Orang Lain**

Y3.1 Saya menawarkan produk BRI Syariah Tulungagung kepada orang lain.

Y3.2 Saya mengajak orang lain untuk mencoba menggunakan jasa yang ada di BRI Syariah Tulungagung.

### **Y4. Menunjukkan Kekebalan Terhadap Daya Tarik Produk Sejenis dari Pesaing**

Y4.1 Saya selalu merasakan keuntungan menggunakan produk atau jasa BRI Syariah Tulungagung dan tidak berfikir untuk beralih ke lembaga lain.

Y4.2 Saya membicarakan hal-hal positif mengenai BRI Syariah  
Tulungagung.