

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Objek Penelitian

1. Letak Geografis Objek Penelitian

Objek penelitian ini mengambil pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung Sudirman yang terletak di Ruko Kepatihan 7-8, Jl. Panglima Sudirman No. 51, Tulungagung, Jawa Timur. PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. memiliki beberapa kantor cabang yang tersebar di kota Tulungagung, antara lain:

- a. KCP Tulungagung Trade Center. Ruko Panglima Sudirman Trade Center Blok A7 Jl. Hasanuddin.
- b. KK Tulungagung Trade Center. Jl. Hasanuddin, Ruko Pangl.Sudirman Trade Center A.1.
- c. KCP Tulungagung Sudirman. Ruko Kepatihan 7-8, Jl. Panglima Sudirman No. 51, Tulungagung, Jawa Timur.

2. Sejarah PT. Bank Syariah Indonesia Tbk.

Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia, memiliki potensi untuk menjadi yang terdepan dalam industri keuangan Syariah. Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap halal matter serta dukungan stakeholder yang kuat, merupakan faktor penting dalam pengembangan ekosistem industri halal di Indonesia. Termasuk di dalamnya adalah Bank Syariah. Bank Syariah memainkan peranan penting sebagai fasilitator pada seluruh aktivitas ekonomi dalam

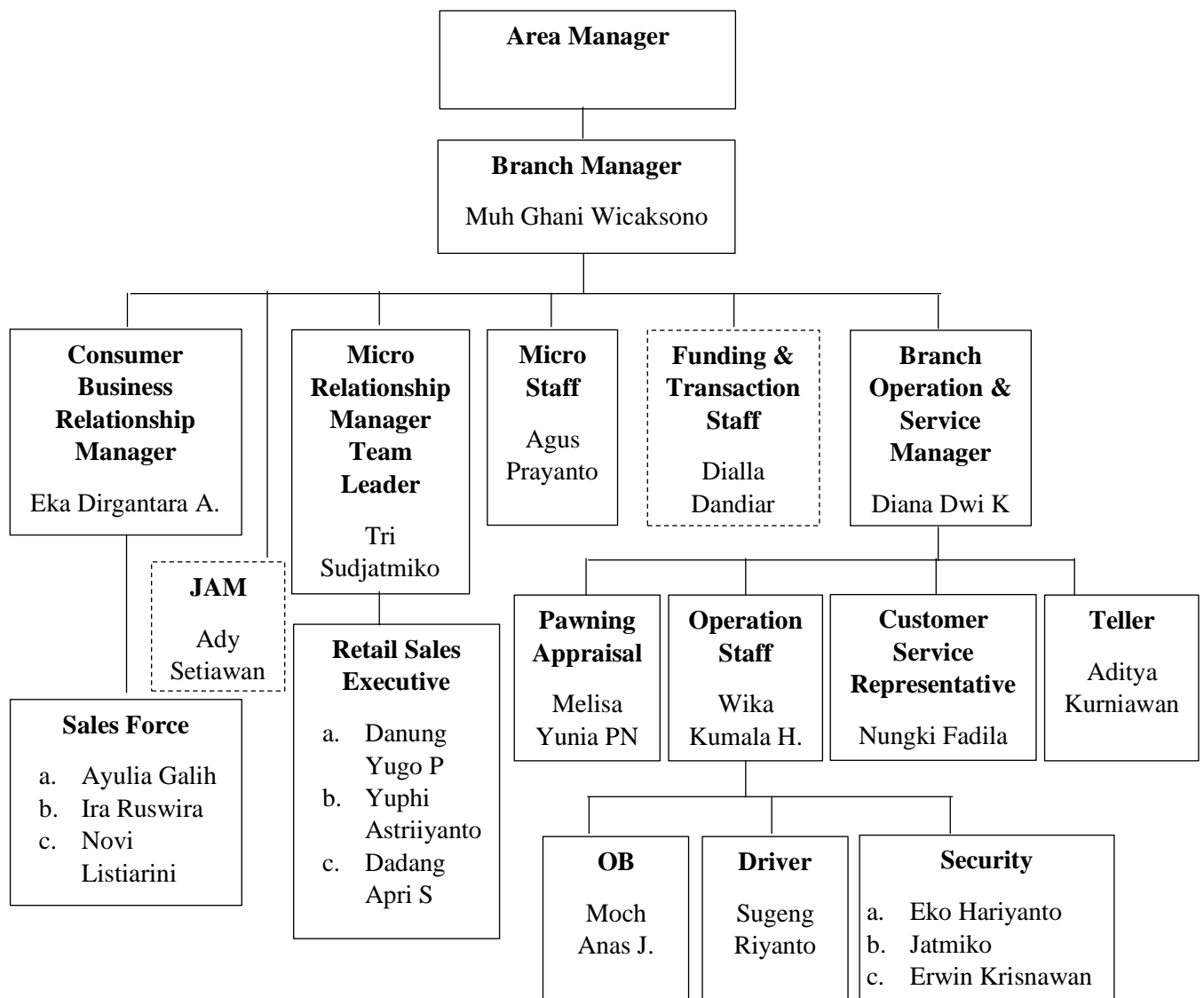
ekosistem industri halal. Keberadaan industri perbankan Syariah di Indonesia sendiri telah mengalami peningkatan dan pengembangan yang signifikan dalam kurun tiga dekade ini. Inovasi produk, peningkatan layanan, serta pengembangan jaringan menunjukkan trend yang positif dari tahun ke tahun. Bahkan, semangat untuk melakukan percepatan juga tercermin dari banyaknya Bank Syariah yang melakukan aksi korporasi. Tidak terkecuali dengan Bank Syariah yang dimiliki Bank BUMN, yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah.

Pada 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Penggabungan ini akan menyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing di tingkat global. Penggabungan ketiga Bank Syariah tersebut merupakan ikhtiar untuk melahirkan Bank Syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cerminan wajah perbankan Syariah di Indonesia

yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (Rahmatan Lil ‘Aalamiin).⁹⁶

3. Struktur Organisasi PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung

Gambar 4.1
Struktur Organisasi PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung⁹⁷



⁹⁶ <https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami>, Diakses pada tanggal 4 february 2021 pukul 10.55 WIB

⁹⁷ Papan Struktur Organisasi PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung Sudirman

4. Visi dan Misi PT. Bank Syariah Indonesia Tbk.

a. Visi PT. Bank Syariah Indonesia Tbk.

Top 10 Global Islamic Bank : Menciptakan Bank Syariah yang masuk ke dalam 10 besar menurut kapitalisasi pasar secara global dalam waktu 5 tahun ke depan

b. Misi PT. Bank Syariah Indonesia Tbk.

1) Memberikan akses solusi keuangan Syariah di Indonesia.

Melayani > 20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan asset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025.

2) Menjadi Bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham.

Top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE18%) dan valuasi kuat (PB>2).

3) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia.

Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.⁹⁸

⁹⁸ <https://www.bankbsi.co.id/company-information/tentang-kami>, Diakses pada tanggal 10 maret 2021 pukul 15.00 WIB

5. Produk-produk PT. Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung
Sudirman

Diungkapkan oleh Ibu Diana selaku *Branch Operation & Service Manager* di PT. Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung terkait produk-produk terdapat pada web resmi BSI. Beliau mengatakan “*mengenai produk-produk dapat dilihat langsung di web resmi di <https://www.bankbsi.co.id/> dan <https://webform.bsm.co.id/catalog> semua sudah lengkap disitu*”.

Berikut produk di PT Bank Syariah Indonesia Tbk. :

A. TRANSAKSIONAL

1. Tabungan Easy

Persyaratan proses pendaftaran :

- a. Warga Negara Indonesia : memiliki KTP dan NPWP
- b. Warga Negara Asing : memiliki paspor dan Kartu Izin Menetap Sementara (KIM/KITAS)

Benefit dan Keunggulan :

1) BSI Tabungan Easy Wadiah

- a) BEBAS biaya administrasi bulanan
- b) GRATIS biaya tarik tunai di seluruh ATM Bank Mandiri
- c) BEBAS biaya transaksi di seluruh EDC Bank Mandiri, Semua EDC Bank di Indonesia dan EDC berjaringan PRIMA
- d) Kemudahan transaksi dengan mobile banking & net banking

- e) Kartu ATM yang dapat digunakan diseluruh ATM BSI, Bank Mandiri, ATM Bersama, ATM Prima, ATM Link, dan ATM berlogo VISA
- 2) BSI Tabungan Easy Mudharabah
- a) GRATIS biaya tarik tunai di seluruh ATM BSI & ATM Bank Mandiri
 - b) BEBAS biaya transaksi di seluruh EDC Bank Mandiri, Semua EDC Bank di Indonesia dan EDC berjaringan PRIMA
 - c) Kemudahan transaksi dengan mobile banking dan net banking
 - d) Kartu ATM yang dapat digunakan di seluruh ATM BSI, Bank Mandiri, ATM Bersama, ATM Prima, ATM Link, dan ATM berlogo VISA.

Ada dua jenis Tabungan Easy :

- 1) Akad
 - a. BSI TABUNGAN EASY WADI'AH Wadi'ah yad-dhamanah: nasabah menitipkan dananya kepada bank
 - b. BSI TABUNGAN EASY MUDHARABAH Mudharabah Muthlaqah: nasabah bertindak sebagai pemilik dana dan bank sebagai pengelola dana
- 2) Bagi Hasil/Bonus
 - a. BSI TABUNGAN EASY WADI'AH : Bonus sesuai kebijakan Bank (tidak diberikan bonus)
 - b. BSI TABUNGAN EASY MUDHARABAH

Saldo	Nasabah	Bank
< Rp 100 Juta	8%	92%
≥ Rp 100 Juta	13%	87%

*jika ada perubahan porsi nisbah akan diinformasikan minimal 30 hari kerja

3) Biaya Administrasi

- a. BSI Tabungan Easy Wadi'ah : Gratis
- b. BSI Tabungan Easy Mudharabah : Rp 10.000,- per bulan

4) Setoran Awal

- a. BSI Tabungan Easy Wadi'ah : Rp 100.000,-
- b. BSI Tabungan Easy Mudharabah : Rp 100.000,-

5) Saldo Minimal

- a. BSI Tabungan Easy Wadi'ah : Rp 50.000,-
- b. BSI Tabungan Easy Mudharabah : Rp 50.000,-

6) Biaya Tutup Rekening

- a. BSI Tabungan Easy Wadi'ah : Rp 20.000,-
- b. BSI Tabungan Easy Mudharabah : Rp 20.000,-

7) Biaya Dormant/Bulan

- a. BSI Tabungan Easy Wadi'ah : Rp 5.000,-
- b. BSI Tabungan Easy Mudharabah : Rp 5.000,-

2. Tabungan Ku

Deskripsi produk : tabungan perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara Bersama oleh Bank di Indonesia guna

menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Persyaratan proses pendaftaran:

- a. Warga Negara Indonesia : memiliki KTP dan NPWP

Benefit dan Keunggulan:

- 1) Kemudahan syarat pembukaan rekening
- 2) Mendapatkan fasilitas E-banking yaitu BSI Mobile, Internet Banking dan Notifikasi Transaksi
- 3) Fasilitas BSI Debit yang berfungsi sebagai kartu ATM dan Debit
- 4) Kemudahan penyaluran zakat
- 5) Akad yang digunakan adalah Wadi'ah Yad Dhamanah : nasabah menitipkan dananya kepada bank.

Ketentuan :

Setoran Awal Minimum	a. Rp 20.000,- (tanpa ATM) b. Rp 80.000,- (dengan ATM)
Saldo Minimum	a. Rp 20.000,- (tanpa ATM) b. RP 50.000,- (dengan ATM)

Biaya-Biaya:

Komponen Biaya	Biaya
Biaya Administrasi	Gratis
Minimum Penarikan Counter	Rp 100.000,-
Biaya Tutup Rekening	Rp 20.000,-
Biaya Dormant/Bulan	Rp 2.000,-

3. BSI Giro

Deskripsi produk : sarana penyimpanan dana dalam mata uang Rupiah untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip wadi'ah yad dhamanah.

Persyaratan proses pendaftaran:

- a. Warga Negara Indonesia : memiliki KTP dan NPWP
- b. Warga Negara Asing : memiliki paspor dan Kartu Izin Menetap Sementara (KIM/KITAS)

Benefit dan Keunggulan :

- 1) Kemudahan transaksi menggunakan cek/BG
- 2) Mendapat bonus bulanan sesuai kebijakan Bank
- 3) Mendapat acoount statement setiap bulan
- 4) Mendapat fasilitas Kartu Debit (ATM) bagi nasabah
- 5) Menggunakan akad Wadi'ah Yad Dhamanah.

Ketentuan :

Setoran Minimal	Rp 500.000,- perorangan
Saldo Awal Minimal	Rp 500.000,- perorangan
Nisbah/Bonus	3% Nasabah, 97% Bank

Biaya-Biaya :

Komponen Biaya	Biaya
Biaya Administrasi (tanpa kartu ATM)	Rp 15.000,- per bulan

Biaya administrasi (dengan kartu ATM)	Rp 17.000,- per bulan
Biaya tutup rekening karena pelanggaran	Rp 50.000,-
Biaya tutup rekening karena permintaan nasabah	Rp 20.000,-
Biaya administrasi per buku cek/BG	Rp 275.000,- per buku
Biaya Dormant	Rp 10.000,-

4. Tabungan Pensiun

Deskripsi produk: tabungan pensiun adalah tabungan yang diperuntukkan bagi nasabah perorangan yang terdaftar di Lembaga Pengelola Pensiun yang telah bekerjasama dengan Bank.

Persyaratan proses pendaftaran:

- a. KTP dan NPWP
- b. Kartu identitas pensiun/sesuai dengan ketentuan dari Lembaga Pensiun yang telah bekerjasama dengan Bank Syariah Indonesia

Benefit dan Keunggulan :

- 1) Kemudahan syarat pembukaan rekening
- 2) Mendapatkan fasilitas E-banking yaitu BSI Mobile
- 3) Fasilitas BSI Debit Co Branding Taspen yang berfungsi sebagai Kartu ATM dan Debit.

Keunggulan :

Setoran Awal Minimum	Rp 50.000,-
-----------------------------	-------------

Saldo Minimum	Rp 50.000,-
----------------------	-------------

Biaya-Biaya :

Komponen Biaya	Biaya
Biaya Administrasi	Gratis
Biaya Tutup Rekening	Rp 20.000,-
Biaya Dormant/Bulan	Rp 5.000,-

B. UMROH/HAJI

1. Tabungan Maburr

Deskripsi produk: tabungan dalam mata uang rupiah untuk membantu pelaksanaan ibadah haji dan umrah.

Persyaratan proses pendaftaran :

- a. Warga Negara Indonesia : memiliki KTP dan NPWP

Benefit dan Keunggulan :

- 1) Setelah nasabah daftar porsi haji dilengkapi dengan Kartu Haji dan Umroh Indonesia sebagai kartu ATM dengan menggunakan provider Visa dan Mastercard
- 2) E-banking (SMS Banking, Mobile Banking, Internet Banking).
Pilihan Notifikasi melalui SMS, email dan Whatsapp
- 3) Bebas biaya administrasi
- 4) Membantu perencanaan ibadah haji dan umroh
- 5) Memudahkan untuk mendapatkan porsi keberangkatan dengan sistem dilakukan secara online dengan Siskohat Kementrian Agama dari minimal usia 12 tahun

- 6) Bebas biaya penutupan rekening
- 7) Pelunasan haji dapat dilakukan secara online.

Setoran Ringan :

- 1) Menggunakan Akad Mudharabah Muthlaqah
- 2) Setoran awal minimal Rp 100.000
- 3) Setoran selanjutnya Rp 10.000,-
- 4) Jumlah saldo yang didaftarkan ke Siskohat adalah Rp 25.100.000,-

**sesuai ketentuan Depag*

Biaya-Biaya :

- 1) Biaya penutupan rekening bukan karena penyetoran BPIH dan pembayaran umrah : Rp 20.000,-
- 2) Bebas biaya pembukaan rekening
- 3) Bebas biaya administrasi bulanan.⁹⁹

B. Analisis Deskripsi Data

1. Deskripsi Karakteristik Responden

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh secara langsung melalui objek penelitian. Pada penelitian ini, menggunakan angket/kuesioner yang dibagikan kepada 100 responden nasabah penabung pada PT. Bank Syariah Indonesia KCP Tulungagung sebagai sampel penelitian ini. Kuesioner yang

⁹⁹ <https://webform.bsm.co.id/catalog#popup> , Diakses pada tanggal 10 maret 2021 pukul 14.40 WIB

dibagikan terdiri dari 4 variabel yaitu marketing mix 3P (X_1), relationship marketing (X_2), kualitas pelayanan (X_3), dan loyalitas nasabah (Y).

Untuk mempermudah dalam mengidentifikasi responden, maka peneliti terlebih dahulu akan menjelaskan tentang data-data responden nasabah penabung pada PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung yang digunakan sebagai sampel penelitian ini.

a. Karakteristik berdasarkan jenis kelamin

Adapun hasil akumulasi data mengenai jenis kelamin nasabah PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin PT.
Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
1	Laki-laki	37	37%
2	Perempuan	63	63%
Total		100	100%

Sumber: Data primer diolah, 2021

Berdasarkan pada tabel 4.1 di atas diketahui bahwa dari jumlah keseluruhan yaitu 100 responden, jumlah responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 37 orang dan jumlah responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 63 orang. Dapat diketahui bahwa yang paling banyak mendominasi yaitu nasabah yang berjenis kelamin perempuan.

b. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Adapun hasil akumulasi data mengenai usia nasabah PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung.

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung

No.	Usia	Jumlah	Presentase (%)
1	< 20 tahun	19	19%
2	21-30 tahun	31	31%
3	31-40 tahun	22	22%
4	41-50 tahun	18	18%
5	> 50 tahun	10	10%
Total		100	100%

Sumber: Data primer diolah, 2021

Berdasarkan pada tabel 4.2 di atas diketahui bahwa dari jumlah keseluruhan yaitu 100 responden, jumlah responden yang berusia < 20 tahun sebanyak 19 orang, berusia 21-30 tahun sebanyak 31 orang, berusia 31-40 tahun sebanyak 22, berusia 41-50 tahun sebanyak 18, dan berusia > 50 tahun sebanyak 10 orang. Dapat diketahui bahwa yang paling banyak mendominasi yaitu nasabah yang berusia 21-30 tahun.

c. Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Adapun hasil akumulasi data mengenai Pendidikan terakhir nasabah PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung

No.	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Presentase (%)
-----	---------------------	--------	----------------

1	SD	2	2%
2	SMP	13	13%
3	SMA	39	39%
4	DILPOMA (D3)	3	3%
5	SARJANA	43	43%
Total		100	100%

Sumber: Data primer diolah, 2021

Berdasarkan pada tabel 4.2 di atas diketahui bahwa dari jumlah keseluruhan yaitu 100 responden, jumlah responden yang berpendidikan terakhir SD sebanyak 2 orang, jumlah responden yang berpendidikan terakhir SMP sebanyak 13 orang, jumlah responden yang berpendidikan terakhir SMA sebanyak 39 orang, jumlah responden yang berpendidikan terakhir Diploma sebanyak 3 orang, dan jumlah responden yang berpendidikan terakhir Sarjana sebanyak 43 orang. Dapat diketahui bahwa yang paling banyak mendominasi yaitu nasabah yang berpendidikan terakhir Sarjana.

d. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Adapun hasil akumulasi data mengenai pekerjaan nasabah PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung

No.	Pekerjaan	Jumlah	Presentase (%)
1	PNS	12	12%
2	Pegawai Swasta	30	30%
3	Wiraswasta	26	26%
4	Pelajar/Mahasiswa	25	25%

5	Lainnya	7	7%
Total		100	100%

Sumber: Data primer diolah, 2021

Berdasarkan pada tabel 4.2 di atas diketahui bahwa dari jumlah keseluruhan yaitu 100 responden, jumlah responden yang bekerja sebagai PNS sebanyak 12 orang, jumlah responden yang bekerja sebagai Pegawai swasta sebanyak 30 orang, jumlah responden yang bekerja sebagai Wiraswasta sebanyak 26 orang, jumlah responden yang bekerja sebagai Pelajar/mahasiswa sebanyak 25 orang, dan jumlah responden yang bekerja selain itu sebanyak 7 orang. Dapat diketahui bahwa yang paling banyak mendominasi yaitu nasabah yang bekerja sebagai Pegawai Swasta.

e. Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah/Jangka Waktu

Adapun hasil akumulasi data mengenai lama menjadi nasabah PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung

No.	Lama Menjadi Nasabah	Jumlah	Presentase (%)
1	< 1 tahun	22	22%
2	1-4 tahun	38	28%
3	4-7 tahun	29	29%
4	7-10 tahun	11	11%
Total		100	100%

Sumber: Data primer diolah, 2021

Berdasarkan pada tabel 4.2 di atas diketahui bahwa dari jumlah keseluruhan yaitu 100 responden, jumlah responden berdasarkan jangka waktu menjadi nasabah dengan waktu < 1 tahun sebanyak 22 orang, dengan waktu 1-4 tahun sebanyak 38 orang, dengan waktu 4-7 tahun sebanyak 29 orang, dengan waktu 7-10 tahun sebanyak 11 orang. Dapat diketahui bahwa yang paling banyak mendominasi yaitu nasabah dengan jangka waktu 1-4 tahun.

2. Deskripsi Variabel Penelitian

Pada point ini mendeskripsikan mengenai variabel-variabel yang diperoleh dari penelitian yang telah dilakukan melalui penyebaran kuesioner/angket kepada 100 nasabah PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung. Dalam penelitian ini terdiri dari variabel independen (bebas) yaitu *marketing mix 3p*, *relationship marketing*, *kualitas pelayanan* dan variabel dependen (terikat) *loyalitas nasabah penabung*.

Pada kuesioner/angket yang diberikan kepada responden (nasabah) terdapat beberapa pernyataan yang mendeskripsikan mengenai tanggapan mereka terhadap masing-masing item pernyataan pada masing-masing variabel. Jawaban atas pernyataan yang diberikan terdiri atas 5 kategori yaitu : Sangat setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS). Kemudian dari 4 variabel tersebut, angket yang disebarkan kepada responden disusun atas 32 pernyataan yang dibagi menjadi 4 kategori, yaitu:

- a. 6 pernyataan digunakan untuk mengetahui pengaruh marketing mix 3p (X_1)
- b. 8 pernyataan digunakan untuk mengetahui pengaruh relationship marketing (X_2)
- c. 10 pernyataan digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (X_3)
- d. 8 pernyataan digunakan untuk mengetahui pengaruh loyalitas nasabah penabung (Y)

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat diketahui tanggapan dari responden yakni nasabah PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung diuraikan sebagai berikut:

- a. Deskripsi Variabel X_1 (Marketing Mix 3P)

Tanggapan responden mengenai marketing mix 3p meliputi: people/orang ($X_{1.1}$), physical evidence/bukti fisik ($X_{1.2}$), process/proses ($X_{1.3}$). Hasil jawaban dari 100 responden terhadap pernyataan variabel marketing mix 3p di akumulasikan sebagai berikut:

- 1) People / Orang ($X_{1.1}$)

Tabel 4.6
Tabel Frekuensi Hasil Kuesioner ($X_{1.1.1}$)

Item Kuesioner	Jawaban	Skor	F	Prsentase (%)	Total Skor
Pegawai Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP	Sangat Setuju (SS)	5	50	50%	250
	Setuju (S)	4	50	50%	200

Tulungagung cepat dan tanggap dalam melayani nasabah	Netral (N)	3	0	0%	0
	Tidak Setuju (TS)	2	0	0%	0
	Sangat tidak Setuju (STS)	1	0	0%	0
Total			100	100%	450

Sumber: Data primer yang diolah dari SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.6 diatas dapat dilihat bahwa pada pada variabel kuesioner $X_{1.1.1}$ dari jumlah keseluruhan 100 responden nasabah, yang menyatakan sangat setuju yaitu sebanyak 50 responden atau 48%, setuju sebanyak 50 responden atau 50%, netral sebanyak 0 atau 0%, tidak setuju sebanyak 0 atau 0%, sangat tidak setuju sebanyak 0 atau 0%. Hal ini bermakna bahwa responden cenderung setuju bahwa Pegawai Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung cepat dan tanggap dalam melayani nasabah.

Tabel 4.7
Tabel Frekuensi Hasil Kuesioner ($X_{1.1.2}$)

Item Kuesioner	Jawaban	Skor	F	Prsentase (%)	Total Skor
Pegawai Bank Syariah Indonesia Tbk. Tulungagung Sudirman ramah dan sopan saat melayani nasabah	Sangat Setuju (SS)	5	61	61%	305
	Setuju (S)	4	39	39%	156
	Netral (N)	3	0	0%	0
	Tidak Setuju (TS)	2	0	0%	0
	Sangat tidak Setuju (STS)	1	0	0%	0

Total	100	100%	461
--------------	------------	-------------	------------

Sumber: Data primer yang diolah dari SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.7 diatas dapat dilihat bahwa pada pada variabel kuesioner $X_{1.1.2}$ dari jumlah keseluruhan 100 responden nasabah, yang menyatakan sangat setuju yaitu sebanyak 61 responden atau 61%, setuju sebanyak 39 responden atau 39%, netral sebanyak 0 atau 0%, tidak setuju sebanyak 0 atau 0%, sangat tidak setuju sebanyak 0 atau 0%. Hal ini bermakna bahwa responden cenderung sangat setuju bahwa Pegawai Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung ramah dan sopan saat melayani nasabah.

2) Physical Evidence (*Bukti Fisik*)

Tabel 4.8
Tabel Frekuensi Hasil Kuesioner ($X_{1.2.1}$)

Item Kuesioner	Jawaban	Skor	F	Prsentase (%)	Total Skor
Desain ruangan kantor Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung yang membuat nasabah merasa nyaman	Sangat Setuju (SS)	5	68	68%	340
	Setuju (S)	4	32	32%	128
	Netral (N)	3	0	0%	0
	Tidak Setuju (TS)	2	0	0%	0
	Sangat tidak Setuju (STS)	1	0	0%	0
Total			100	100%	468

Sumber: Data primer yang diolah dari SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.8 diatas dapat dilihat bahwa pada pada variabel kuesioner $X_{1.2.1}$ dari jumlah keseluruhan 100 responden nasabah, yang menyatakan sangat setuju yaitu sebanyak 68 responden atau 68%, setuju sebanyak 32 responden atau 32%, netral sebanyak 0 atau 0%, tidak setuju sebanyak 0 atau 0%, sangat tidak setuju sebanyak 0 atau 0%. Hal ini bermakna bahwa responden cenderung sangat setuju bahwa desain ruangan kantor Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung yang membuat nasabah merasa nyaman.

Tabel 4.9
Tabel Frekuensi Hasil Kuesioner ($X_{1.2.2}$)

Item Kuesioner	Jawaban	Skor	F	Prsentase (%)	Total Skor
Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung mempunyai fasilitas seperti kamar mandi dan area parkir yang memadai	Sangat Setuju (SS)	5	85	85%	424
	Setuju (S)	4	15	15%	60
	Netral (N)	3	0	0%	0
	Tidak Setuju (TS)	2	0	0%	0
	Sangat tidak Setuju (STS)	1	0	0%	0
Total			100	100%	485

Sumber: Data primer yang diolah dari SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.9 diatas dapat dilihat bahwa pada pada variabel kuesioner $X_{1.2.2}$ dari jumlah keseluruhan 100 responden nasabah, yang menyatakan sangat setuju yaitu sebanyak 85 responden atau 85%, setuju sebanyak 15 responden atau 15%, netral sebanyak 0 atau 0%, tidak

setuju sebanyak 0 atau 0%, sangat tidak setuju sebanyak 0 atau 0%. Hal ini bermakna bahwa responden cenderung sangat setuju bahwa Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung mempunyai fasilitas seperti kamar mandi dan area parkir yang memadai.

3) Process (Proses)

Tabel 4.10
Tabel Frekuensi Hasil Kuesioner (X_{1.3.1})

Item Kuesioner	Jawaban	Skor	F	Prsentase (%)	Total Skor
Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung memberikan pelayanan yang cepat terhadap kebutuhan nasabah	Sangat Setuju (SS)	5	82	82%	410
	Setuju (S)	4	18	18%	72
	Netral (N)	3	0	0%	0
	Tidak Setuju (TS)	2	0	0%	0
	Sangat tidak Setuju (STS)	1	0	0%	0
Total			100	100%	482

Sumber: Data primer yang diolah dari SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.10 diatas dapat dilihat bahwa pada pada variabel kuesioner X_{1.3.1} dari jumlah keseluruhan 100 responden nasabah, yang menyatakan sangat setuju yaitu sebanyak 82 responden atau 82%, setuju sebanyak 18 responden atau 18%, netral sebanyak 0 atau 0%, tidak setuju sebanyak 0 atau 0%, sangat tidak setuju sebanyak 0 atau 0%. Hal ini bermakna bahwa responden cenderung sangat setuju bahwa Bank

Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung memberikan pelayanan yang cepat terhadap kebutuhan nasabah.

Tabel 4.11
Tabel Frekuensi Hasil Kuesioner ($X_{1.3.2}$)

Item Kuesioner	Jawaban	Skor	F	Prsentase (%)	Total Skor
Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung melayani nasabah sesuai dengan prosedur	Sangat Setuju (SS)	5	79	79%	395
	Setuju (S)	4	21	21%	84
	Netral (N)	3	0	0%	0
	Tidak Setuju (TS)	2	0	0%	0
	Sangat tidak Setuju (STS)	1	0	0%	0
Total			100	100%	479

Sumber: Data primer yang diolah dari SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.11 diatas dapat dilihat bahwa pada pada variabel kuesioner $X_{1.3.2}$ dari jumlah keseluruhan 100 responden nasabah, yang menyatakan sangat setuju yaitu sebanyak 79 responden atau 79%, setuju sebanyak 21 responden atau 21%, netral sebanyak 0 atau 0%, tidak setuju sebanyak 0 atau 0%, sangat tidak setuju sebanyak 0 atau 0%. Hal ini bermakna bahwa responden cenderung sangat setuju bahwa desain ruangan kantor Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung melayani nasabah sesuai dengan prosedur.

Berikut terdapat tabel rangkuman statistik deskripsi variabel Marketing Mix 3P:

Tabel 4.12
Tabel Rangkuman Deskripsi Variabel Marketing Mix

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.1.1	100	4	5	4.52	.502
X1.1.2	100	4	5	4.62	.488
X1.2.1	100	4	5	4.70	.461
X1.2.2	100	4	5	4.84	.368
X1.3.1	100	4	5	4.78	.416
X1.3.2	100	4	5	4.79	.409
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Data primer yang diolah dari SPSS 16, 2021

b. Deskripsi Variabel X2 (Relationship Marketing)

Tanggapan responden mengenai marketing mix 3p meliputi: kepercayaan/trust ($X_{2.1}$), komitmen/commitment ($X_{2.2}$), komunikasi/communication ($X_{2.3}$), penanganan konflik/conflict handling ($X_{2.4}$) Hasil jawaban dari 100 responden terhadap pernyataan variabel relationship marketing di akumulasikan sebagai berikut:

1) Kepercayaan / *Trust* ($X_{2.1}$)

Tabel 4.13
Tabel Frekuensi Hasil Kuesioner ($X_{2.1.1}$)

Item Kuesioner	Jawaban	Skor	F	Prsentase (%)	Total Skor
Pegawai Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung	Sangat Setuju (SS)	5	45	45%	225
	Setuju (S)	4	50	50%	200

menunjukkan rasa hormat kepada nasabah	Netral (N)	3	5	5%	15
	Tidak Setuju (TS)	2	0	0%	0
	Sangat tidak Setuju (STS)	1	0	0%	0
Total			100	100%	440

Sumber: Data primer yang diolah dari SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.13 diatas dapat dilihat bahwa pada pada variabel kuesioner $X_{2.1.1}$ dari jumlah keseluruhan 100 responden nasabah, yang menyatakan sangat setuju yaitu sebanyak 45 responden atau 45%, setuju sebanyak 50 responden atau 50%, netral sebanyak 5 atau 5%, tidak setuju sebanyak 0 atau 0%, sangat tidak setuju sebanyak 0 atau 0%. Hal ini bermakna bahwa responden cenderung setuju bahwa Pegawai Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung menunjukkan rasa hormat kepada nasabah.

Tabel 4.14
Tabel Frekuensi Hasil Kuesioner ($X_{2.1.2}$)

Item Kuesioner	Jawaban	Skor	F	Prsentase (%)	Total Skor
Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung konsisten menyediakan pelayanan yang berkualitas	Sangat Setuju (SS)	5	29	29%	145
	Setuju (S)	4	67	67%	268
	Netral (N)	3	4	4%	12
	Tidak Setuju (TS)	2	0	0%	0
	Sangat tidak	1	0	0%	0

	Setuju (STS)				
Total		100	100%	425	

Sumber: Data primer yang diolah dari SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.14 diatas dapat dilihat bahwa pada pada variabel kuesioner $X_{2.1.2}$ dari jumlah keseluruhan 100 responden nasabah, yang menyatakan sangat setuju yaitu sebanyak 29 responden atau 29%, setuju sebanyak 67 responden atau 67%, netral sebanyak 4 atau 4%, tidak setuju sebanyak 0 atau 0%, sangat tidak setuju sebanyak 0 atau 0%. Hal ini bermakna bahwa responden cenderung setuju bahwa Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung konsisten menyediakan pelayanan yang berkualitas.

2) Komitmen / *Commitment* ($X_{2.2}$)

Tabel 4.15
Tabel Frekuensi Hasil Kuesioner ($X_{2.2.1}$)

Item Kuesioner	Jawaban	Skor	F	Prsentase (%)	Total Skor
Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung fleksibel dalam melayani kebutuhan nasabah	Sangat Setuju (SS)	5	21	21%	105
	Setuju (S)	4	71	71%	284
	Netral (N)	3	8	8%	24
	Tidak Setuju (TS)	2	0	0%	0
	Sangat tidak Setuju (STS)	1	0	0%	0
Total			100	100%	413

Sumber: Data primer yang diolah dari SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.15 diatas dapat dilihat bahwa pada pada variabel kuesioner $X_{2.2.1}$ dari jumlah keseluruhan 100 responden nasabah, yang menyatakan sangat setuju yaitu sebanyak 21 responden atau 21%, setuju sebanyak 71 responden atau 71%, netral sebanyak 8 atau 8%, tidak setuju sebanyak 0 atau 0%, sangat tidak setuju sebanyak 0 atau 0%. Hal ini bermakna bahwa responden cenderung setuju bahwa Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung fleksibel dalam melayani kebutuhan nasabah.

Tabel 4.16
Tabel Frekuensi Hasil Kuesioner ($X_{2.2.2}$)

Item Kuesioner	Jawaban	Skor	F	Prsentase (%)	Total Skor
Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung menawarkan layanan yang dipersonalisasi untuk memenuhi kebutuhan nasabah	Sangat Setuju (SS)	5	18	18%	90
	Setuju (S)	4	67	67%	268
	Netral (N)	3	15	15%	45
	Tidak Setuju (TS)	2	0	0%	0
	Sangat tidak Setuju (STS)	1	0	0%	0
Total			100	100%	403

Sumber: Data primer yang diolah dari SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.16 diatas dapat dilihat bahwa pada pada variabel kuesioner $X_{2.2.2}$ dari jumlah keseluruhan 100 responden nasabah, yang menyatakan sangat setuju yaitu sebanyak 18 responden atau 18%, setuju sebanyak 67 responden atau 67%, netral sebanyak 15 atau 15%, tidak

setuju sebanyak 0 atau 0%, sangat tidak setuju sebanyak 0 atau 0%. Hal ini bermakna bahwa responden cenderung setuju bahwa Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung menawarkan layanan yang dipersonalisasi untuk memenuhi kebutuhan nasabah.

3) Komunikasi / *Communication* ($X_{2.3}$)

Tabel 4.17
Tabel Frekuensi Hasil Kuesioner ($X_{2.3.1}$)

Item Kuesioner	Jawaban	Skor	F	Prsentase (%)	Total Skor
Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung memberikan informasi tepat waktu ketika terdapat layanan perbankan terbaru	Sangat Setuju (SS)	5	21	21%	105
	Setuju (S)	4	68	68%	272
	Netral (N)	3	11	11%	33
	Tidak Setuju (TS)	2	0	0%	0
	Sangat tidak Setuju (STS)	1	0	0%	0
Total			100	100%	410

Sumber: Data primer yang diolah dari SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.17 diatas dapat dilihat bahwa pada pada variabel kuesioner $X_{2.3.1}$ dari jumlah keseluruhan 100 responden nasabah, yang menyatakan sangat setuju yaitu sebanyak 21 responden atau 21%, setuju sebanyak 68 responden atau 68%, netral sebanyak 11 atau 11%, tidak setuju sebanyak 0 atau 0%, sangat tidak setuju sebanyak 0 atau 0%. Hal ini bermakna bahwa responden cenderung setuju bahwa Bank Syariah

Indonesia Tbk. KCP Tulungagung memberikan informasi tepat waktu ketika terdapat layanan perbankan terbaru.

Tabel 4.18
Tabel Frekuensi Hasil Kuesioner (X_{2.3.2})

Item Kuesioner	Jawaban	Skor	F	Prsentase (%)	Total Skor
Pegawai Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung memiliki keterbukaan dalam menyampaikan informasi yang ingin diketahui oleh nasabah	Sangat Setuju (SS)	5	26	26%	130
	Setuju (S)	4	65	65%	260
	Netral (N)	3	9	9%	27
	Tidak Setuju (TS)	2	0	0%	0
	Sangat tidak Setuju (STS)	1	0	0%	0
Total			100	100%	417

Sumber: Data primer yang diolah dari SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.18 diatas dapat dilihat bahwa pada pada variabel kuesioner X_{2.3.2} dari jumlah keseluruhan 100 responden nasabah, yang menyatakan sangat setuju yaitu sebanyak 26 responden atau 26%, setuju sebanyak 65 responden atau 65%, netral sebanyak 9 atau 9%, tidak setuju sebanyak 0 atau 0%, sangat tidak setuju sebanyak 0 atau 0%. Hal ini bermakna bahwa responden cenderung setuju bahwa Pegawai Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung memiliki keterbukaan dalam menyampaikan informasi yang ingin diketahui oleh nasabah.

4) Penanganan Konflik / *Conflict Handling* ($X_{2.4}$)

Tabel 4.19
Tabel Frekuensi Hasil Kuesioner ($X_{2.4.1}$)

Item Kuesioner	Jawaban	Skor	F	Prsentase (%)	Total Skor
Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung mampu mencegah serta meminimalisir munculnya masalah dan keluhan	Sangat Setuju (SS)	5	13	13%	65
	Setuju (S)	4	71	71%	284
	Netral (N)	3	16	16%	48
	Tidak Setuju (TS)	2	0	0%	0
	Sangat tidak Setuju (STS)	1	0	0%	0
Total			100	100%	397

Sumber: Data primer yang diolah dari SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.19 diatas dapat dilihat bahwa pada pada variabel kuesioner $X_{2.4.1}$ dari jumlah keseluruhan 100 responden nasabah, yang menyatakan sangat setuju yaitu sebanyak 13 responden atau 13%, setuju sebanyak 71 responden atau 71%, netral sebanyak 16 atau 16%, tidak setuju sebanyak 0 atau 0%, sangat tidak setuju sebanyak 0 atau 0%. Hal ini bermakna bahwa responden cenderung setuju bahwa Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung mampu mencegah serta meminimalisir munculnya masalah dan keluhan.

Tabel 4.20
Tabel Frekuensi Hasil Kuesioner (X_{2.4.2})

Item Kuesioner	Jawaban	Skor	F	Prsentase (%)	Total Skor
Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung mampu menangani keluhan nasabah dengan baik dengan memberikan solusi secara terbuka	Sangat Setuju (SS)	5	22	22%	110
	Setuju (S)	4	71	71%	284
	Netral (N)	3	7	7%	21
	Tidak Setuju (TS)	2	0	0%	0
	Sangat tidak Setuju (STS)	1	0	0%	0
Total			100	100%	415

Sumber: Data primer yang diolah dari SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.20 diatas dapat dilihat bahwa pada pada variabel kuesioner X_{2.4.2} dari jumlah keseluruhan 100 responden nasabah, yang menyatakan sangat setuju yaitu sebanyak 22 responden atau 22%, setuju sebanyak 71 responden atau 71%, netral sebanyak 7 atau 7%, tidak setuju sebanyak 0 atau 0%, sangat tidak setuju sebanyak 0 atau 0%. Hal ini bermakna bahwa responden cenderung setuju bahwa Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung mampu menangani keluhan nasabah dengan baik dengan memberikan solusi secara terbuka.

Berikut terdapat tabel rangkuman statistik deskripsi variabel Relationship Marketing:

Tabel 4.21
Tabel Rangkuman Deskripsi Variabel Relationship Marketing

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X2.1.1	100	3	5	4.40	.586
X2.1.2	100	3	5	4.25	.520
X2.2.1	100	3	5	4.13	.525
X2.2.2	100	3	5	4.03	.577
X2.3.1	100	3	5	4.10	.560
X2.3.2	100	3	5	4.17	.570
X2.4.1	100	3	5	3.97	.540
X2.4.2	100	3	5	4.15	.520
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Data primer yang diolah dari SPSS 16, 2021

c. Deskripsi Variabel X3 (Kualitas Pelayanan)

Tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan meliputi: berwujud/tangibles ($X_{3.1}$), kehandalan/reliability ($X_{3.2}$), daya tanggap/responsiveness ($X_{3.3}$), jaminan/assurance ($X_{3.4}$), empati/empathy ($X_{3.5}$) Hasil jawaban dari 100 responden terhadap pernyataan variabel kualitas pelayanan di akumulasikan sebagai berikut:

1) Berwujud / *Tangibles* ($X_{3.1}$)

Tabel 4.22
Tabel Frekuensi Hasil Kuesioner ($X_{3.1.1}$)

Item Kuesioner	Jawaban	Skor	F	Prsentase (%)	Total Skor
Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP	Sangat Setuju (SS)	5	1	1%	5

Tulungagung memiliki ruang tunggu yang bersih dan nyaman	Setuju (S)	4	57	57%	228
	Netral (N)	3	40	40%	120
	Tidak Setuju (TS)	2	2	2%	4
	Sangat tidak Setuju (STS)	1	0	0%	0
Total			100	100%	357

Sumber: Data primer yang diolah dari SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.22 diatas dapat dilihat bahwa pada pada variabel kuesioner $X_{3.1.1}$ dari jumlah keseluruhan 100 responden nasabah, yang menyatakan sangat setuju yaitu sebanyak 1 responden atau 1%, setuju sebanyak 57 responden atau 57%, netral sebanyak 40 atau 40%, tidak setuju sebanyak 2 atau 2%, sangat tidak setuju sebanyak 0 atau 0%. Hal ini bermakna bahwa responden cenderung setuju bahwa Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung memiliki ruang tunggu yang bersih dan nyaman.

Tabel 4.23
Tabel Frekuensi Hasil Kuesioner ($X_{3.1.2}$)

Item Kuesioner	Jawaban	Skor	F	Prsentase (%)	Total Skor
Pegawai Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung berpenampilan rapi dan professional	Sangat Setuju (SS)	5	2	2%	10
	Setuju (S)	4	65	65%	260
	Netral (N)	3	32	32%	96
	Tidak Setuju (TS)	2	1	1%	2

	Sangat tidak Setuju (STS)	1	0	0%	0
Total			100	100%	368

Sumber: Data primer yang diolah dari SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.23 diatas dapat dilihat bahwa pada pada variabel kuesioner $X_{3.1.2}$ dari jumlah keseluruhan 100 responden nasabah, yang menyatakan sangat setuju yaitu sebanyak 2 responden atau 2%, setuju sebanyak 65 responden atau 65%, netral sebanyak 32 atau 32%, tidak setuju sebanyak 1 atau 1%, sangat tidak setuju sebanyak 0 atau 0%. Hal ini bermakna bahwa responden cenderung setuju bahwa Pegawai Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung berpenampilan rapi dan professional.

2) Kehandalan / Reliability ($X_{3.2}$)

Tabel 4.24
Tabel Frekuensi Hasil Kuesioner ($X_{3.2.1}$)

Item Kuesioner	Jawaban	Skor	F	Prsentase (%)	Total Skor
Pegawai Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung memberikan layanan tepat waktu	Sangat Setuju (SS)	5	1	1%	5
	Setuju (S)	4	44	44%	176
	Netral (N)	3	55	55%	165
	Tidak Setuju (TS)	2	0	0%	0
	Sangat tidak Setuju (STS)	1	0	0%	0
Total			100	100%	346

Sumber: Data primer yang diolah dari SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.24 diatas dapat dilihat bahwa pada pada variabel kuesioner $X_{3.2.1}$ dari jumlah keseluruhan 100 responden nasabah, yang menyatakan sangat setuju yaitu sebanyak 1 responden atau 1%, setuju sebanyak 44 responden atau 44%, netral sebanyak 55 atau 55%, tidak setuju sebanyak 0 atau 0%, sangat tidak setuju sebanyak 0 atau 0%. Hal ini bermakna bahwa responden cenderung netral bahwa Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung memberikan layanan tepat waktu.

Tabel 4.25
Tabel Frekuensi Hasil Kuesioner ($X_{3.2.2}$)

Item Kuesioner	Jawaban	Skor	F	Prsentase (%)	Total Skor
Kemampuan Pegawai Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung dapat mengatasi pengaduan nasabah dengan baik terkait layanan	Sangat Setuju (SS)	5	0	0%	0
	Setuju (S)	4	65	65%	260
	Netral (N)	3	34	34%	102
	Tidak Setuju (TS)	2	1	1%	2
	Sangat tidak Setuju (STS)	1	0	0%	0
Total			100	100%	364

Sumber: Data primer yang diolah dari SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.25 diatas dapat dilihat bahwa pada pada variabel kuesioner $X_{3.2.2}$ dari jumlah keseluruhan 100 responden nasabah, yang menyatakan sangat setuju yaitu sebanyak 0 responden atau 0%, setuju sebanyak 65 responden atau 65%, netral sebanyak 34 atau 34%, tidak setuju sebanyak 1 atau 1%, sangat tidak setuju sebanyak 0 atau 0%. Hal

ini bermakna bahwa responden cenderung setuju bahwa kemampuan pegawai Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung dapat mengatasi pengaduan nasabah dengan baik terkait layanan.

3) Daya Tanggap / *Responsiveness* ($X_{3.3}$)

Tabel 4.26
Tabel Frekuensi Hasil Kuesioner ($X_{3.3.1}$)

Item Kuesioner	Jawaban	Skor	F	Prsentase (%)	Total Skor
Pegawai Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung memberikan respon pelayanan yang cepat dan tepat kepada nasabah	Sangat Setuju (SS)	5	4	4%	20
	Setuju (S)	4	88	88%	352
	Netral (N)	3	8	8%	24
	Tidak Setuju (TS)	2	0	0%	0
	Sangat tidak Setuju (STS)	1	0	0%	0
Total			100	100%	396

Sumber: Data primer yang diolah dari SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.26 diatas dapat dilihat bahwa pada pada variabel kuesioner $X_{3.3.1}$ dari jumlah keseluruhan 100 responden nasabah, yang menyatakan sangat setuju yaitu sebanyak 4 responden atau 4%, setuju sebanyak 88 responden atau 88%, netral sebanyak 8 atau 8%, tidak setuju sebanyak 0 atau 0%, sangat tidak setuju sebanyak 0 atau 0%. Hal ini bermakna bahwa responden cenderung setuju bahwa Pegawai Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung memberikan respon pelayanan yang cepat dan tepat kepada nasabah.

Tabel 4.27
Tabel Frekuensi Hasil Kuesioner (X_{3.3.2})

Item Kuesioner	Jawaban	Skor	F	Prsentase (%)	Total Skor
Kesiapan Pegawai Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung yang selalu bersedia membantu nasabah	Sangat Setuju (SS)	5	0	0%	0
	Setuju (S)	4	59	59%	236
	Netral (N)	3	40	40%	120
	Tidak Setuju (TS)	2	1	1%	2
	Sangat tidak Setuju (STS)	1	0	0%	0
Total			100	100%	358

Sumber: Data primer yang diolah dari SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.27 diatas dapat dilihat bahwa pada pada variabel kuesioner X_{3.3.2} dari jumlah keseluruhan 100 responden nasabah, yang menyatakan sangat setuju yaitu sebanyak 0 responden atau 0%, setuju sebanyak 59 responden atau 59%, netral sebanyak 40 atau 40%, tidak setuju sebanyak 1 atau 1%, sangat tidak setuju sebanyak 0 atau 0%. Hal ini bermakna bahwa responden cenderung setuju bahwa kesiapan pegawai Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung yang selalu bersedia membantu nasabah.

4) Jaminan / Assurance ($X_{3.4}$)

Tabel 4.28
Tabel Frekuensi Hasil Kuesioner ($X_{3.4.1}$)

Item Kuesioner	Jawaban	Skor	F	Prsentase (%)	Total Skor
Pegawai Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung memiliki pengetahuan dalam menjawab pertanyaan nasabah	Sangat Setuju (SS)	5	0	0%	0
	Setuju (S)	4	53	53%	212
	Netral (N)	3	47	47%	141
	Tidak Setuju (TS)	2	0	0%	0
	Sangat tidak Setuju (STS)	1	0	0%	0
Total			100	100%	353

Sumber: Data primer yang diolah dari SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.28 diatas dapat dilihat bahwa pada pada variabel kuesioner $X_{3.4.1}$ dari jumlah keseluruhan 100 responden nasabah, yang menyatakan sangat setuju yaitu sebanyak 0 responden atau 0%, setuju sebanyak 53 responden atau 53%, netral sebanyak 47 atau 47%, tidak setuju sebanyak 0 atau 0%, sangat tidak setuju sebanyak 0 atau 0%. Hal ini bermakna bahwa responden cenderung setuju bahwa Pegawai Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung memiliki pengetahuan dalam menjawab pertanyaan nasabah.

Tabel 4.29
Tabel Frekuensi Hasil Kuesioner ($X_{3.4.2}$)

Item Kuesioner	Jawaban	Skor	F	Prsentase (%)	Total Skor
----------------	---------	------	---	---------------	------------

Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung memberikan jaminan keamanan dalam transaksi	Sangat Setuju (SS)	5	1	1%	5
	Setuju (S)	4	47	47%	188
	Netral (N)	3	51	51%	153
	Tidak Setuju (TS)	2	1	1%	2
	Sangat tidak Setuju (STS)	1	0	0%	0
Total			100	100%	348

Sumber: Data primer yang diolah dari SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.29 diatas dapat dilihat bahwa pada variabel kuesioner $X_{3.4.2}$ dari jumlah keseluruhan 100 responden nasabah, yang menyatakan sangat setuju yaitu sebanyak 1 responden atau 1%, setuju sebanyak 47 responden atau 47%, netral sebanyak 53 atau 53%, tidak setuju sebanyak 1 atau 1%, sangat tidak setuju sebanyak 0 atau 0%. Hal ini bermakna bahwa responden cenderung setuju bahwa Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung memberikan jaminan keamanan dalam transaksi.

5) Empati / *Empathy* ($X_{3.5}$)

Tabel 4.30
Tabel Frekuensi Hasil Kuesioner ($X_{3.5.1}$)

Item Kuesioner	Jawaban	Skor	F	Prsentase (%)	Total Skor
Pegawai Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung	Sangat Setuju (SS)	5	0	0%	0
	Setuju (S)	4	47	47%	188

memberikan perhatian kepada nasabah	Netral (N)	3	53	53%	159
	Tidak Setuju (TS)	2	0	0%	0
	Sangat tidak Setuju (STS)	1	0	0%	0
Total			100	100%	347

Sumber: Data primer yang diolah dari SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.30 diatas dapat dilihat bahwa pada pada variabel kuesioner $X_{3.5.1}$ dari jumlah keseluruhan 100 responden nasabah, yang menyatakan sangat setuju yaitu sebanyak 0 responden atau 0%, setuju sebanyak 47 responden atau 47%, netral sebanyak 53 atau 53%, tidak setuju sebanyak 0 atau 0%, sangat tidak setuju sebanyak 0 atau 0%. Hal ini bermakna bahwa responden cenderung netral bahwa Pegawai Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung memberikan perhatian kepada nasabah.

Tabel 4.31
Tabel Frekuensi Hasil Kuesioner ($X_{3.5.2}$)

Item Kuesioner	Jawaban	Skor	F	Prsentase (%)	Total Skor
Pegawai Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung selalu siap merespon dan memahami kebutuhan nasabah dengan baik	Sangat Setuju (SS)	5	0	0%	0
	Setuju (S)	4	47	47%	188
	Netral (N)	3	50	50%	150
	Tidak Setuju (TS)	2	3	3%	6
	Sangat tidak	1	0	0%	0

	Setuju (STS)			
Total		100	100%	344

Sumber: Data primer yang diolah dari SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.31 diatas dapat dilihat bahwa pada pada variabel kuesioner $X_{3.5.2}$ dari jumlah keseluruhan 100 responden nasabah, yang menyatakan sangat setuju yaitu sebanyak 0 responden atau 0%, setuju sebanyak 47 responden atau 47%, netral sebanyak 50 atau 50%, tidak setuju sebanyak 3 atau 3%, sangat tidak setuju sebanyak 0 atau 0%. Hal ini bermakna bahwa responden cenderung netral bahwa Pegawai Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung selalu siap merespon dan memahami kebutuhan nasabah dengan baik.

Tabel 4.32
Tabel Rangkuman Deskripsi Kualitas Pelayanan

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X3.1.1	100	2	5	3.57	.555
X3.1.2	100	2	5	3.68	.530
X3.2.1	100	3	5	3.46	.521
X3.2.2	100	2	4	3.64	.503
X3.3.1	100	3	5	3.96	.346
X3.3.2	100	2	4	3.58	.516
X3.4.1	100	3	4	3.53	.502
X3.4.2	100	2	5	3.48	.541
X3.5.1	100	3	4	3.47	.502
X3.5.2	100	2	4	3.44	.556
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Data primer yang diolah dari SPSS 16, 2021

Berikut terdapat tabel rangkuman statistik deskripsi variabel Kualitas Pelayanan:

d. Deskripsi Variabel Y (Loyalitas Nasabah)

Tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan meliputi: melakukan pembelian secara teratur (Y_1), membeli diluar lini produk/jasa (Y_2), merekomendasikan produk lain (Y_3), menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing (Y_4). Hasil jawaban dari 100 responden terhadap pernyataan variabel loyalitas nasabah penabung di akumulasikan sebagai berikut:

1) Melakukan pembelian secara teratur ($Y_{.1}$)

Tabel 4.33
Tabel Frekuensi Hasil Kuesioner ($Y_{1.1}$)

Item Kuesioner	Jawaban	Skor	F	Prsentase (%)	Total Skor
Saya akan tetap menggunakan produk/jasa di Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung	Sangat Setuju (SS)	5	13	13%	65
	Setuju (S)	4	75	75%	300
	Netral (N)	3	12	12%	36
	Tidak Setuju (TS)	2	0	0%	0
	Sangat tidak Setuju (STS)	1	0	0%	0
Total			100	100%	401

Sumber: Data primer yang diolah dari SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.33 diatas dapat dilihat bahwa pada pada variabel kuesioner $Y_{1.1}$ dari jumlah keseluruhan 100 responden nasabah, yang menyatakan sangat setuju yaitu sebanyak 13 responden atau 13%, setuju sebanyak 75 responden atau 75%, netral sebanyak 12 atau 12%, tidak setuju sebanyak 0 atau 0%, sangat tidak setuju sebanyak 0 atau 0%. Hal ini bermakna bahwa responden cenderung setuju bahwa Bank Syariah Indonesia Tbk. Tulungagung Sudirman fleksibel dalam melayani kebutuhan nasabah. Hal ini bermakna bahwa responden cenderung setuju bahwa akan tetap menggunakan produk/jasa di Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung.

Tabel 4.34
Tabel Frekuensi Hasil Kuesioner ($Y_{1.2}$)

Item Kuesioner	Jawaban	Skor	F	Prsentase (%)	Total Skor
Saya akan terus mempercayakan dana yang saya miliki dikelola oleh Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung	Sangat Setuju (SS)	5	10	10%	50
	Setuju (S)	4	75	75%	300
	Netral (N)	3	15	15%	45
	Tidak Setuju (TS)	2	0	0%	0
	Sangat tidak Setuju (STS)	1	0	0%	0
Total			100	100%	395

Sumber: Data primer yang diolah dari SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.34 diatas dapat dilihat bahwa pada pada variabel kuesioner $Y_{1.2}$ dari jumlah keseluruhan 100 responden nasabah, yang

menyatakan sangat setuju yaitu sebanyak 10 responden atau 10%, setuju sebanyak 75 responden atau 75%, netral sebanyak 15 atau 15%, tidak setuju sebanyak 0 atau %, sangat tidak setuju sebanyak 0 atau 0%. Hal ini bermakna bahwa responden cenderung setuju bahwa akan terus mempercayakan dana yang saya miliki dikelola oleh Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung.

2) Membeli diluar lini produk/jasa (Y₂)

Tabel 4.35
Tabel Frekuensi Hasil Kuesioner (Y_{2.1})

Item Kuesioner	Jawaban	Skor	F	Prsentase (%)	Total Skor
Saya menggunakan produk/jasa lain yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung	Sangat Setuju (SS)	5	2	2%	10
	Setuju (S)	4	65	65%	260
	Netral (N)	3	29	29%	87
	Tidak Setuju (TS)	2	4	4%	8
	Sangat tidak Setuju (STS)	1	0	0%	0
Total			100	100%	365

Sumber: Data primer yang diolah dari SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.35 diatas dapat dilihat bahwa pada pada variabel kuesioner Y_{2.1} dari jumlah keseluruhan 100 responden nasabah, yang menyatakan sangat setuju yaitu sebanyak 2 responden atau 2%, setuju sebanyak 65 responden atau 65%, netral sebanyak 29 atau 29%, tidak setuju sebanyak 4 atau 4%, sangat tidak setuju sebanyak 0 atau 0%. Hal

ini bermakna bahwa responden cenderung setuju bahwa menggunakan produk/jasa lain yang ditawarkan oleh Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung.

Tabel 4.36
Tabel Frekuensi Hasil Kuesioner (Y_{2,2})

Item Kuesioner	Jawaban	Skor	F	Prsentase (%)	Total Skor
Saya ingin mencoba produk/jasa lain yang dimiliki Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung selain yang saya gunakan saat ini	Sangat Setuju (SS)	5	3	3%	15
	Setuju (S)	4	62	62%	248
	Netral (N)	3	34	34%	102
	Tidak Setuju (TS)	2	1	1%	2
	Sangat tidak Setuju (STS)	1	0	0%	0
Total			100	100%	367

Sumber: Data primer yang diolah dari SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.36 diatas dapat dilihat bahwa pada pada variabel kuesioner Y_{2,2} dari jumlah keseluruhan 100 responden nasabah, yang menyatakan sangat setuju yaitu sebanyak 3 responden atau 3%, setuju sebanyak 62 responden atau 62%, netral sebanyak 34 atau 34%, tidak setuju sebanyak 1 atau 1%, sangat tidak setuju sebanyak 0 atau 0%. Hal ini bermakna bahwa responden cenderung setuju bahwa ingin mencoba produk/jasa lain yang dimiliki Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung selain yang digunakan saat ini.

3) Merekomendasikan produk lain (Y.₃)

Tabel 4.37
Tabel Frekuensi Hasil Kuesioner (Y._{3.1})

Item Kuesioner	Jawaban	Skor	F	Prsentase (%)	Total Skor
Saya mengajak orang lain untuk menggunakan produk/jasa yang ada di Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung	Sangat Setuju (SS)	5	4	4%	20
	Setuju (S)	4	57	57%	228
	Netral (N)	3	38	38%	114
	Tidak Setuju (TS)	2	1	1%	2
	Sangat tidak Setuju (STS)	1	0	0%	0
Total			100	100%	364

Sumber: Data primer yang diolah dari SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.37 diatas dapat dilihat bahwa pada pada variabel kuesioner Y._{3.1} dari jumlah keseluruhan 100 responden nasabah, yang menyatakan sangat setuju yaitu sebanyak 4 responden atau 4%, setuju sebanyak 57 responden atau 57%, netral sebanyak 38 atau 38%, tidak setuju sebanyak 1 atau 1%, sangat tidak setuju sebanyak 0 atau 0%. Hal ini bermakna bahwa responden cenderung setuju bahwa akan mengajak orang lain untuk menggunakan produk/jasa yang ada di Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung.

Tabel 4.38
Tabel Frekuensi Hasil Kuesioner (Y._{3.2})

Item Kuesioner	Jawaban	Skor	F	Prsentase (%)	Total Skor
----------------	---------	------	---	---------------	------------

Saya bersedia memberitahukan kepada orang lain bahwa di Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung memberikan kemudahan bertransaksi dan memperoleh beragam keuntungan	Sangat Setuju (SS)	5	7	7%	35
	Setuju (S)	4	67	67%	268
	Netral (N)	3	26	26%	78
	Tidak Setuju (TS)	2	0	0%	0
	Sangat tidak Setuju (STS)	1	0	0%	0
Total			100	100%	381

Sumber: Data primer yang diolah dari SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.38 diatas dapat dilihat bahwa pada pada variabel kuesioner $Y_{3.2}$ dari jumlah keseluruhan 100 responden nasabah, yang menyatakan sangat setuju yaitu sebanyak 7 responden atau 7%, setuju sebanyak 67 responden atau 67%, netral sebanyak 26 atau 26%, tidak setuju sebanyak 0 atau 0%, sangat tidak setuju sebanyak 0 atau 0%. Hal ini bermakna bahwa responden cenderung setuju bahwa bersedia memberitahukan kepada orang lain bahwa di Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung memberikan kemudahann bertransaksi dan memperoleh beragam keuntungan.

- 4) Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing (Y₄)

Tabel 4.39
Tabel Frekuensi Hasil Kuesioner (Y_{4.1})

Item Kuesioner	Jawaban	Skor	F	Prsentase (%)	Total Skor
Saya selalu merasakan keuntungan dan kenyamanan yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung sehingga rasa kelayakan terhadap bank semakin tinggi	Sangat Setuju (SS)	5	16	16%	80
	Setuju (S)	4	62	62%	248
	Netral (N)	3	22	22%	66
	Tidak Setuju (TS)	2	0	0%	0
	Sangat tidak Setuju (STS)	1	0	0%	0
Total			100	100%	394

Sumber: Data primer yang diolah dari SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.39 diatas dapat dilihat bahwa pada pada variabel kuesioner Y_{4.1} dari jumlah keseluruhan 100 responden nasabah, yang menyatakan sangat setuju yaitu sebanyak 16 responden atau 16%, setuju sebanyak 62 responden atau 62%, netral sebanyak 22 atau 22%, tidak setuju sebanyak 0 atau 0%, sangat tidak setuju sebanyak 0 atau 0%. Hal ini bermakna bahwa responden cenderung setuju bahwa selalu merasakan keuntungan dan kenyamanan yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung sehingga rasa kelayakan terhadap bank semakin tinggi.

Tabel 4.40
Tabel Frekuensi Hasil Kuesioner (Y_{4.2})

Item Kuesioner	Jawaban	Skor	F	Prsentase (%)	Total Skor
Saya tetap bersedia menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung meskipun Bank lain menawarkan promosi yang lebih menarik	Sangat Setuju (SS)	5	10	10%	50
	Setuju (S)	4	68	68%	272
	Netral (N)	3	22	22%	66
	Tidak Setuju (TS)	2	0	0%	0
	Sangat tidak Setuju (STS)	1	0	0%	0
Total			100	100%	388

Sumber: Data primer yang diolah dari SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.40 diatas dapat dilihat bahwa pada pada variabel kuesioner Y_{4.2} dari jumlah keseluruhan 100 responden nasabah, yang menyatakan sangat setuju yaitu sebanyak 10 responden atau 10%, setuju sebanyak 68 responden atau 68%, netral sebanyak 22 atau 22%, tidak setuju sebanyak 0 atau 0%, sangat tidak setuju sebanyak 0 atau 0%. Hal ini bermakna bahwa responden cenderung setuju bahwa akan tetap bersedia menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung meskipun bank lain menawarkan promosi yang lebih menarik.

Berikut terdapat tabel rangkuman statistik deskripsi variabel Loyalitas Nasabah:

Tabel 4.41
Tabel Rangkuman Deskripsi Loyalitas Nasabah

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y1.1	100	3	5	4.01	.502
Y1.2	100	3	5	3.95	.500
Y2.1	100	2	5	3.65	.592
Y2.2	100	2	5	3.67	.551
Y3.1	100	2	5	3.64	.578
Y3.2	100	3	5	3.81	.545
Y4.1	100	3	5	3.94	.617
Y4.2	100	3	5	3.88	.556
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Data primer yang diolah dari SPSS 16, 2021

C. Analisis Data

Dalam penelitian ini data-data yang diperoleh akan dilakukan analisis dengan hipotesis yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya. Data yang diperoleh didasarkan pada data angket/kuesioner yang telah disebarkan kepada nasabah pada PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung. Pada bagian ini akan dilakukan tahap-tahap pengolahan data dan analisis pada data yang diperoleh yaitu melalui variabel independent (marketing mix 3p, relationship marketing, dan kualitas pelayanan) terhadap variabel dependen loyalitas (nasabah penabung). Dalam perhitungan variabel-variabel diolah dengan menggunakan program SPSS 16.0. Berikut ini deskripsi statistik berdasarkan data yang telah diolah menggunakan SPSS 16.0:

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas dimaksud untuk mengukur seberapa valid tidaknya data yang diperoleh tersebut. Data dapat dikatakan valid jika mampu mengungkapkan hasil terkait pernyataan pada kuisisioner. Pengukuran instrumen dapat dikatakan valid jika hasil pengukuran sesuai dengan apa yang seharusnya dan memberikan hasil sesuai dengan apa yang diharapkan. Item pernyataan kuisisioner dapat dikatakan valid jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, dengan taraf signifikan $\alpha = 0.05$ maka H_0 ditolak artinya instrument valid.¹⁰⁰ Uji signifikansi dilakukan dengan cara membandingkan nilai *Pearson Correlation* atau r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} menggunakan degree freedom (df) = $n-k$ (n merupakan jumlah sampel). Pada penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 100 responden dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05. Jadi, r_{tabel} pada penelitian ini adalah $r(0,05; 100-2=98) = \mathbf{0,1966}$

Tabel 4.42
Tabel Hasil Uji Validitas Variabel Marketing Mix 3P (X_1)

Variabel	Indikator	Item Pertanyaan	R Hitung	T Tabel	Keterangan
Marketing Mix 3P (X_1)	$X_{1.1}$	$X_{1.1.1}$	0,591	0,1966	VALID
		$X_{1.1.2}$	0,690	0,1966	VALID

¹⁰⁰ Victor Trismanjaya Hulu & Taruli Rohana Sinaga, *Analisis Data Statistik Parametrik Aplikasi SPSS dan Statcal (Sebuah Pengantar Untuk Kesehatan)*, (Yayasan Kita Menulis, 2019), hal. 57

	X_{1.2}	X _{1.2.1}	0,641	0,1966	VALID
		X _{1.2.2}	0,560	0,1966	VALID
	X_{1.3}	X _{1.3.1}	0,533	0,1966	VALID
		X _{1.3.2}	0,499	0,1966	VALID

Sumber: Data primer yang diolah dari SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.42 Hasil Uji Validitas Variabel Marketing Mix 3P diatas dapat diketahui bahwa semua jumlah item pertanyaan adalah valid karena memiliki nilai r hitung (*pearson correlation*) lebih besar dibandingkan dengan nilai r tabel yang dapat diketahui dari jumlah sampel keseluruhan yakni 100 responden dengan taraf signifikan 5% yang kemudian diperoleh nilai t tabel sebesar 0,1966. Jadi, dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan pada variabel marketing mix 3P adalah valid.

Tabel 4.43
Tabel Hasil Uji Validitas Variabel Relationship Marketing (X₂)

Variabel	Indikator	Item Pertanyaan	R Hitung	T Tabel	Keterangan
Relationship Marketing (X ₂)	X_{2.1}	X _{2.1.1}	0,611	0,1966	VALID
		X _{2.1.2}	0,629	0,1966	VALID
	X_{2.2}	X _{2.2.1}	0,691	0,1966	VALID
		X _{2.2.2}	0,677	0,1966	VALID
	X_{2.3}	X _{2.3.1}	0,572	0,1966	VALID
		X _{2.3.2}	0,765	0,1966	VALID
	X_{2.4}	X _{2.4.1}	0,692	0,1966	VALID

		X _{2.4.2}	0,702	0,1966	VALID
--	--	--------------------	-------	--------	-------

Sumber: Data primer yang diolah dari SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.43 Hasil Uji Validitas Variabel Hasil Uji Validitas Variabel Relationship Marketing (X₂) diatas dapat diketahui bahwa semua jumlah item pertanyaan adalah valid karena memiliki nilai r hitung (*pearson correlation*) lebih besar dibandingkan dengan nilai r tabel yang dapat diketahui dari jumlah sampel keseluruhan yakni 100 responden dengan taraf signifikan 5% yang kemudian diperoleh nilai t tabel sebesar 0,1966. Jadi, dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan pada variabel relationship marketing adalah valid.

Tabel 4.44
Tabel Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X₃)

Variabel	Indikator	Item Pertanyaan	R Hitung	T Tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X ₃)	X _{3.1}	X _{3.1.1}	0,362	0,1966	VALID
		X _{3.1.2}	0,419	0,1966	VALID
	X _{3.2}	X _{3.2.1}	0,530	0,1966	VALID
		X _{3.2.2}	0,477	0,1966	VALID
	X _{3.3}	X _{3.3.1}	0,573	0,1966	VALID
		X _{3.3.2}	0,472	0,1966	VALID
	X _{3.4}	X _{3.4.1}	0,486	0,1966	VALID
		X _{3.4.2}	0,536	0,1966	VALID
	X _{3.5}	X _{3.5.1}	0,443	0,1966	VALID
		X _{3.5.2}	0,486	0,1966	VALID

Sumber: Data primer yang diolah dari SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.44 Hasil Uji Validitas Variabel Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X_3) diatas dapat diketahui bahwa semua jumlah item pertanyaan adalah valid karena memiliki nilai r hitung (*pearson correlation*) lebih besar dibandingkan dengan nilai r tabel yang dapat diketahui dari jumlah sampel keseluruhan yakni 100 responden dengan taraf signifikan 5% yang kemudian diperoleh nilai t tabel sebesar 0,1966. Jadi, dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan pada variabel kualitas pelayanan adalah valid

Tabel 4.45
Tabel Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Nasabah (Y)

Variabel	Indikator	Item Pertanyaan	R Hitung	T Tabel	Keterangan
Loyalitas Nasabah (Y)	Y ₁	Y _{1.1}	0,576	0,1966	VALID
		Y _{1.2}	0,522	0,1966	VALID
	Y ₂	Y _{2.1}	0,494	0,1966	VALID
		Y _{2.2}	0,514	0,1966	VALID
	Y ₃	Y _{3.1}	0,654	0,1966	VALID
		Y _{3.2}	0,615	0,1966	VALID
	Y ₄	Y _{4.1}	0,434	0,1966	VALID
		Y _{4.2}	0,574	0,1966	VALID

Sumber: Data primer yang diolah dari SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.45 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Nasabah (Y) diatas dapat diketahui bahwa semua jumlah item pertanyaan adalah valid karena memiliki nilai r hitung (*pearson*

correlation) lebih besar dibandingkan dengan nilai *r* tabel yang dapat diketahui dari jumlah sampel keseluruhan yakni 100 responden dengan taraf signifikan 5% yang kemudian diperoleh nilai *t* tabel sebesar 0,1966. Jadi, dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan pada variabel loyalitas nasabah adalah valid.

b. Uji Reliabilitas

Agar dapat memperoleh data yang sesuai dengan tujuan pengukuran, uji reliabilitas merupakan pengukuran dengan hasil yang dapat dipercaya. Reliabilitas instrumen ini dikatakan dapat menunjukkan hasil yang dapat dipercaya karena mengukur seberapa *reliable* ketika pernyataan kuisioner juga dilakukan diwaktu yang berbeda akan dapat memperoleh hasil yang sama. Uji reliabilitas dilakukan kriteria sebagai berikut:

Jika nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$ maka pertanyaan reliabel dan jika nilai Cronbach's Alpha $< 0,60$ maka pertanyaan tidak reliabel.¹⁰¹

Tabel 4.46
Tabel Hasil Uji Reliabilitas Variabel Marketing Mix 3P
(X₁)

<i>Cronbach's Alpha</i>	N of Items	Keterangan
0,619	6	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah dari SPSS 16, 2021

¹⁰¹ *Ibid*,... hal. 58

Berdasarkan tabel 4.46 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Marketing Mix 3P (X_1) diatas dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,619 yang memiliki arti bahwa semua item pertanyaan pada variabel marketing mix dikategorikan reliabel karena memiliki nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$.

Tabel 4.47
Tabel Hasil Uji Reliabilitas Variabel Relationship Marketing (X_2)

<i>Cronbach's Alpha</i>	N of Items	Keterangan
0,821	8	Sangat Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah dari SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.47 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Relationship Marketing (X_2) diatas dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,821 yang memiliki arti bahwa semua item pertanyaan pada variabel relationship marketing dikategorikan sangat reliabel karena memiliki nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$.

Tabel 4.48
Tabel Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X_3)

<i>Cronbach's Alpha</i>	N of Items	Keterangan
0,612	10	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah dari SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.48 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X_3) diatas dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach Alpha*

sebesar 0,612 yang memiliki arti bahwa semua item pertanyaan pada variabel relationship marketing dikategorikan reliabel karena memiliki nilai *Cronbach Alpha* > 0,60.

Tabel 4.49
Tabel Hasil Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Nasabah (Y)

<i>Cronbach's Alpha</i>	N of Items	Keterangan
0,662	8	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah dari SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.49 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Nasabah (Y) diatas dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,662 yang memiliki arti bahwa semua item pertanyaan pada variabel relationship marketing dikategorikan reliabel karena memiliki nilai *Cronbach Alpha* > 0,60.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang akan diuji selanjutnya berdistribusi normal atau tidak. Normalitas data merupakan hal yang penting karena dengan data yang berdistribusi normal maka data tersebut dianggap dapat mewakili populasi. Metode yang digunakan adalah *Kolmogorov-Smirnov* dengan SPSS.¹⁰²

¹⁰² Rochmat Aldy Purnomo, *Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan SPSS*, (Ponorogo: CV. Wade Group, 2017), hal. 83

Tabel 4.50
Hasil Uji Normalitas Data

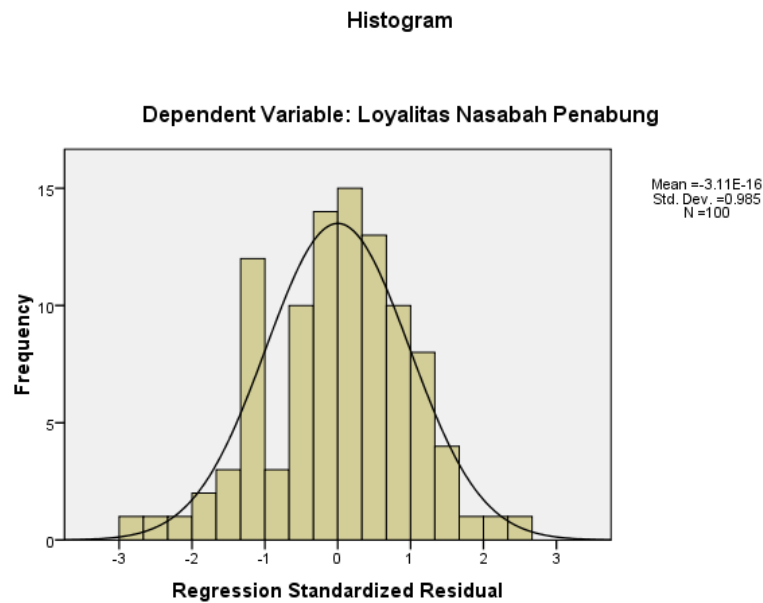
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.07694772
Most Extreme Differences	Absolute	.071
	Positive	.062
	Negative	-.071
Kolmogorov-Smirnov Z		.708
Asymp. Sig. (2-tailed)		.699
a. Test distribution is Normal.		

Sumber: Data primer yang diolah dari SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.50 Hasil Uji Normalitas pada output SPSS yang menggunakan metode *Kolmogorov Smirnov* diatas dapat diketahui bahwa memiliki nilai signifikansi (*Asymp. Sig. (2-tailed)*) sebesar 0,699 lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa seluruh data berdistribusi normal.

Gambar 4.2
Hasil Histogram Normalitas Data



Sumber: Data primer yang diolah dari SPSS 16, 2021

Berdasarkan gambar 4.1 Hasil Histogram Normalitas Data pada output SPSS diatas dapat diketahui bahwa bentuk pola histogram membentuk kurva parabola, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara garis besar data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan yang tinggi dalam variabel bebas. Apabila ditemukan adanya korelasi yang tinggi, hubungan variabel bebas dan terikatnya menjad terganggu. Dasar pengambilan

keputusan pada uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan cara melihat nilai *tolerance* atau nilai VIF jika nilai *tolerance* > 0.10 dan melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) jika nilai VIF < 10.00 maka artinya tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.¹⁰³

Tabel 4.51
Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.658	5.412		.122	.903		
	Marketing Mix 3P	.439	.138	.280	3.172	.002	.981	1.020
	Relationship Marketing	.261	.073	.315	3.550	.001	.967	1.034
	Kualitas Pelayanan	.247	.089	.245	2.759	.007	.972	1.029

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Penabung

Sumber: Data primer yang diolah dari SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.52 Hasil Uji Multikolinieritas pada output SPSS diatas dapat diketahui bahwa pada variabel marketing mix 3p memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,981 dan nilai VIF sebesar 1,020. Variabel relationship marketing memiliki nilai *tolerance* sebesar

¹⁰³ Nikolaus Duli, *Metode Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi dan Analisis Data dengan SPSS*, (Yogyakarta: Deepublish, 2019), hal.120

0,967 dan nilai VIF sebesar 1,034. Variabel kualitas pelayanan memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,972 dan nilai VIF sebesar 1,029. Jadi dapat disimpulkan bahwa pada masing-masing variabel independent atau variabel bebas tidak terdapat multikolinieritas karena memiliki nilai *tolerance* $> 0,1$ dan nilai VIF < 10 .

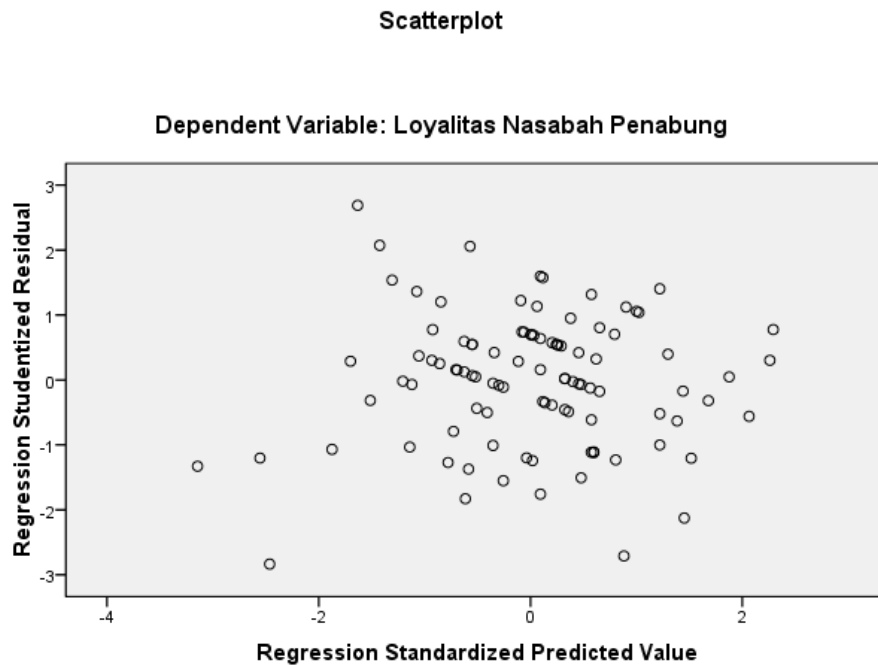
c. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variasi dari nilai residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika variance dari nilai residual satu pengamatan ke pengamatan lain bersifat tetap maka disebut homokedastisitas, namun jika variance dari nilai residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda maka disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi gejala heterokedastisitas. Dasar pengambilan keputusan dengan menggunakan pola *Scatterplot* sebagai berikut:

- Titik-titik data penyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0
- Titik-titik tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja
- Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola gelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali
- Penyebaran titik-titik data tidak berpola.¹⁰⁴

¹⁰⁴ Timotius Febry & Teofilus, *SPPS Aplikasi pada Penelitian Manajemen Bisnis*, (Bandung : Media Sains Indonesia, 2020), hal. 59-67

Gambar 4.3
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data primer yang diolah dari SPSS 16, 2021

Berdasarkan gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas pada output SPSS diatas dapat diketahui bahwa bentuk pola dalam gambar *Scatterplot* terlihat titik-titik menyebar secara acak baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y, dan tidak membentuk pola tertentu/teratur. Jadi dapat disimpulkan pada model regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi berganda digunakan mengetahui hubungan secara linier untuk penelitian yang terdiri dari dua atau lebih variabel bebas

(independen) dan satu variabel terikat (dependen). Dalam analisis regresi linier berganda ini variabel bebas (independent) terdiri dari marketing mix 3p, relationship marketing, dan kualitas pelayanan sedangkan variabel terikat (dependen) yaitu loyalitas nasabah penabung.

Tabel 4.52
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.658	5.412		.122	.903
	Marketing Mix 3P	.439	.138	.280	3.172	.002
	Relationship Marketing	.261	.073	.315	3.550	.001
	Kualitas Pelayanan	.247	.089	.245	2.759	.007

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah Penabung

Sumber: Data primer yang diolah dari SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.53 Hasil Uji Regresi Linier Berganda pada output SPSS diatas dapat diketahui bahwa hasil uji regresi diperoleh nilai koefisien pada variabel marketing mix 3p sebesar 0,439, variabel relationship marketing sebesar 0,261, dan variabel kualitas pelayanan sebesar 0,247. Kemudian dapat diketahui persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha_1 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 0,658 + 0,439X_1 + 0,261X_2 + 0,247X_3$$

Dari persamaan regresi diatas, kemudian dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta adalah sebesar 0,658. Maknanya bahwa jika marketing mix 3p, relationship marketing, dan kualitas pelayanan dalam keadaan konstan, maka loyalitas nasabah penabung bernilai positif sebesar 0,658.
2. Nilai koefisien regresi variabel marketing mix memiliki nilai positif sebesar 0,439. Maknanya bahwa setiap marketing mix 3p mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka akan meningkatkan loyalitas nasabah penabung sebesar 0,439 satu satuan. Kemudian sebaliknya, setiap marketing mix 3p mengalami penurunan satu satuan, maka akan menurunkan loyalitas nasabah penabung sebesar 0,439.
3. Nilai koefisien regresi variabel relationship marketing memiliki nilai positif sebesar 0,261. Maknanya bahwa setiap relationship marketing mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka akan meningkatkan loyalitas nasabah penabung sebesar 0,261 satu satuan. Kemudian sebaliknya, setiap relationship marketing mengalami penurunan satu satuan, maka akan menurunkan loyalitas nasabah penabung sebesar 0,261.
4. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan memiliki nilai positif sebesar 0,247. Maknanya bahwa setiap kualitas pelayanan mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka akan meningkatkan

loyalitas nasabah penabung sebesar 0,247 satu satuan. Kemudian sebaliknya, setiap kualitas pelayanan mengalami penurunan satu satuan, maka akan menurunkan loyalitas nasabah penabung sebesar 0,247.

4. Uji Hipotesis

a. Uji Simultan (Uji F)

Pengujian hipotesis ini dimaksudkan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel-variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama. Dengan kriteria sebagai berikut:¹⁰⁵

- 1) Bila $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $sig \leq 0.05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima,
- 2) Bila $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $sig > 0.05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Tabel 4.54
Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	155.693	3	51.898	11.666	.000 ^a
	Residual	427.057	96	4.449		
	Total	582.750	99			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Marketing Mix 3P, Relationship Marketing

b. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah Penabung

Sumber: Data primer yang diolah dari SPSS 16, 2021

¹⁰⁵ Slamet Riyanto & Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian...*, hal.141-142

Berdasarkan tabel 4.55 Hasil Uji Simultan (Uji F) dapat diketahui bahwa F_{hitung} memiliki nilai sebesar **11,666** dengan menggunakan tingkat signifikansi sebesar 5% atau 0,05 dengan menghitung $df1 = k-1(4-1=3)$, dan $df2 = n-k(100-4=96)$, kemudian dapat diperoleh nilai $F_{tabel} = 2,70$. Sehingga diperoleh kesimpulan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $11,666 > 2,70$. Dan juga diperoleh nilai signifikansi sebesar **0,000 < 0,05**. Sehingga dapat dinyatakan H_a diterima. Artinya variabel marketing mix 3p, relationship marketing, dan kualitas pelayanan secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas nasabah penabung dan hipotesis yang menyatakan bahwa “Adanya pengaruh positif yang signifikan secara bersamaan antara Marketing Mix 3p, Relationship Marketing, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah” dapat diterima.

b. Uji Parsial (Uji T)

Uji t ini juga disebut dengan uji parsial, pengujian ini bertujuan untuk menguji signifikan pengaruh secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen. Dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} > -t_{tabel}$ atau $Sig > 0.05$ (5%) maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

- 2) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} \leq -t_{tabel}$ atau $Sig > 0.05$ (5%) maka H_0 ditolak dan H_a diterima.¹⁰⁶

Tabel 4.53
Hasil Uji Parsial (Uji T)

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.658	5.412		.122	.903
	Marketing Mix 3P	.439	.138	.280	3.172	.002
	Relationship Marketing	.261	.073	.315	3.550	.001
	Kualitas Pelayanan	.247	.089	.245	2.759	.007

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah Penabung

Sumber: Data primer yang diolah dari SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.54 Hasil Uji Parsial (Uji T) diatas dapat diketahui bahwa:

- a) Pengaruh marketing mix 3p terhadap loyalitas nasabah penabung pada PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung.

H_a = Ada pengaruh positif yang signifikan antara marketing mix 3p terhadap loyalitas nasabah penabung pada PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung

Berdasarkan tabel diatas, nilai coefficients menunjukkan bahwa t_{hitung} marketing mix 3p memiliki nilai sebesar 3,172. Sedangkan nilai t_{tabel} dapat dihitung dan dilihat pada tabel *t-test* dengan $\alpha = 0,025$

¹⁰⁶ Slamet Riyanto & Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian...*, hal.141-142

(0,05/2), $df = 96$ diperoleh dari rumus ($df = n-k-1$, dimana n adalah jumlah sampel responden dan k adalah jumlah variabel x). Sehingga dapat diperoleh nilai $\alpha = 0,025$ dan nilai $df = 96$, jadi diperoleh nilai $t_{tabel} = 1,98498$.

Pada variabel marketing mix 3p memiliki nilai sig. sebesar $0,002 < 0,05$ yang memiliki arti bahwa variabel marketing mix 3p berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah penabung. Sedangkan pada nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yang dapat dilihat dari nilai $3,172 > 1,98498$. Sehingga H_a dapat diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel marketing mix 3p berpengaruh dan signifikan terhadap loyalitas nasabah penabung.

- b) Pengaruh relationship marketing terhadap loyalitas nasabah penabung pada PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung.

H_a = Ada pengaruh positif yang signifikan antara relationship marketing terhadap loyalitas nasabah penabung pada PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung

Berdasarkan tabel diatas, nilai coefficients menunjukkan bahwa t_{hitung} relationship marketing memiliki nilai sebesar 3,550. Sedangkan nilai t_{tabel} dapat dihitung dan dilihat pada tabel *t-test* dengan $\alpha = 0,025$ (0,05/2), $df = 96$ diperoleh dari rumus ($df = n-k-1$, dimana n adalah jumlah sampel responden dan k adalah jumlah variabel x). Sehingga dapat diperoleh nilai $\alpha = 0,025$ dan nilai $df = 96$, jadi diperoleh nilai $t_{tabel} = 1,98498$.

Pada variabel relationship marketing memiliki nilai sig. sebesar $0,001 < 0,05$ yang memiliki arti bahwa variabel relationship marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah penabung. Sedangkan pada nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yang dapat dilihat dari nilai $3,550 > 1,98498$. Sehingga H_a dapat diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel relationship marketing berpengaruh dan signifikan terhadap loyalitas nasabah penabung.

- c) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah penabung pada PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung.

H_a = Ada pengaruh positif yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah penabung pada PT. Bank Syariah Indonesia Tbk. KCP Tulungagung

Berdasarkan tabel diatas, nilai coefficients menunjukkan bahwa t_{hitung} kualitas pelayanan memiliki nilai sebesar 2,759. Sedangkan nilai t_{tabel} dapat dihitung dan dilihat pada tabel *t-test* dengan $\alpha = 0,025$ ($0,05/2$), $df = 96$ diperoleh dari rumus ($df = n-k-1$, dimana n adalah jumlah sampel responden dan k adalah jumlah variabel x). Sehingga dapat diperoleh nilai $\alpha = 0,025$ dan nilai $df = 96$, jadi diperoleh nilai $t_{tabel} = 1,98498$.

Pada variabel kualitas pelayanan memiliki nilai sig. sebesar $0,007 < 0,05$ yang memiliki arti bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah penabung. Sedangkan pada nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yang dapat dilihat dari nilai $2,759 > 1,98498$.

Sehingga H_a dapat diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap loyalitas nasabah penabung.

5. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independent (marketing mix 3p, relationship marketing, dan kualitas pelayanan) terhadap variabel dependen (loyalitas nasabah penabung). Melalui perhitungan dengan menggunakan program SPSS 16.0 mendapatkan hasil nilai koefisien determinasi sebagai berikut:

Tabel 4.55
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.517 ^a	.267	.244	2.109

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Marketing Mix 3P, Relationship Marketing

b. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah Penabung

Sumber: Data primer yang diolah dari SPSS 16, 2021

Berdasarkan tabel 4.56 Hasil Uji Koefisien Determinasi dapat diketahui bahwa nilai *R Square* sebesar 0,267 atau 26,7%. Dalam penelitian dengan regresi berganda sebaiknya menggunakan nilai Adjusted R Square karena variabel bebas (independent) yang lebih dari 2. Adjusted R Square di peroleh nilai sebesar 0,244 atau 24,4%. Hal ini artinya variabel bebas

(independen) marketing mix 3p, relationship marketing, kualitas pelayanan mampu mempengaruhi variabel terikat (dependen) sebesar 24,4%. Sedangkan sisanya ($100\% - 24,4\% = 75,6\%$) dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.