

## **BAB V**

### **PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil analisis yang telah diuraikan di atas, maka secara keseluruhan pembahasan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **A. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah di PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Tulungagung.**

Kepercayaan merupakan tingkat kepastian konsumen ketika pemikirannya diperjelas dengan mengingat yang berulang-ulang dari pelaku pasar dan teman-temannya. Kepercayaan bisa mendorong maksud untuk membeli atau menggunakan produk dengan cara menghilangkan keraguan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah, artinya bahwa apabila kepercayaan tersebut lebih ditingkatkan, maka akan berpengaruh terhadap peningkatan Loyalitas Nasabah. Hal ini diperkuat dan didukung oleh uji t yang menghasilkan nilai sig t sebesar ( $2.343 > 1,98447$ ) Hal ini berarti hubungan antara kepercayaan terhadap loyalitas nasabah berpengaruh positif.<sup>39</sup>

#### **B. Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah di PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Tulungagung.**

Kepuasan pelanggan yaitu tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk atau jasa yang diterima sesuai yang diharapkan". Hasil penelitian menunjukkan bahwa

---

<sup>39</sup> Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT. Indeks , hlm 180

Kepuasan berpengaruh positif dan ditingkatkan, maka akan berpengaruh terhadap peningkatan Loyalitas Nasabah. Hal ini diperkuat dan didukung oleh uji t yang menghasilkan nilai sig t sebesar ( $3.092 > 1,98447$ ) Hal ini berarti hubungan antara kepuasan terhadap loyalitas nasabah berpengaruh positif. Hasil penelitian tersebut didukung oleh bukti empiris dari penelitian terdahulu Diboy Iskandar dan Erik Siswoyo yang menyimpulkan bahwa Kepuasan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah.

### **C. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah di PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Tulungagung.**

Kualitas pelayanan adalah suatu kondisi yang berhubungan dengan produk dan jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Berdasarkan hasil pengujian, diketahui bahwa Kualitas Layanan berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Nasabah, artinya kenaikan kualitas layanan akan diikuti oleh Loyalitas Nasabah secara signifikan. Sehingga jika Semakin tingginya Kualitas Layanan yang dilakukan oleh perusahaan maka semakin besar Loyalitas nasabah. Hal ini diperkuat dan didukung oleh uji t yang menghasilkan nilai sig t sebesar ( $6,440 > 1,98447$ ) Hal ini berarti hubungan antara kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah berpengaruh positif. Hasil penelitian tersebut didukung oleh bukti empiris dari penelitian terdahulu Hais Dama (2012) dan Emani Hidayati (2015) yang menyimpulkan bahwa Kualitas Lyanan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah.