

BAB V

PEMBAHASAN

Setelah peneliti melakukan penelitian secara langsung dengan melakukan penyebaran kuesioner yang ditujukan kepada nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Tulungagung. Kemudian peneliti mengolah data dari hasil jawaban responden atas kuesioner yang peneliti sebar, yang pengolahan data tersebut dibantu oleh aplikasi IBM SPSS statistics 16, maka tujuan yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah untuk menjelaskan :

A. Citra Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Syariah Mandiri.

Menurut Bill Canton dalam Sukatendel mengatakan bahwa citra adalah kesan, perasaan, gambaran diri publik terhadap perusahaan; kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu obyek, orang atau organisasi. Jadi, citra itu dengan sengaja perlu diciptakan agar bernilai positif. Citra itu sendiri merupakan salah satu asset terpenting dari suatu perusahaan atau organisasi. Citra terbentuk berdasarkan pengetahuan dan informasi-informasi yang diterima seseorang. Komunikasi tidak secara langsung menimbulkan perilaku tertentu, tetapi cenderung mempengaruhi cara kita mengorganisasikan citra kita tentang lingkungan.⁸⁴

Hipotesis pertama menyatakan Citra Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah diterima. Dari hasil perhitungan data pada Bank Syariah Mandiri dengan nilai signifikansi positif. Nilai koefisien regresi

⁸⁴ Soleh Soemirat dan Elvinaro Ardianto, *Dasar-Dasar Public Relation*...., hal. 111-114.

adalah positif, artinya semakin tinggi Citra Perusahaan maka semakin tinggi Loyalitas Nasabahdi Bank Syariah Mandiri. Dengan demikian pengaruh citra perusahaan yang positif akan menarik orang-orang yang berkualitas sehingga memiliki daya saing yang tinggi.Keberhasilan Bank Syariah Mandiri tidak lepas dari pengaruh citra perusahaan yang baik, dalam hal ini citra yang baik didukung oleh kemunculan presepsi yang positif dari nasabahnya, dari kemunculan presepsi tersebut akan mempertahankan nasabah lama, sehingga nasabah tersebut akan merekomendasikan kepada orang lain kemunculan presepsi tersebut akan mempertahankan nasabah lama, sehingga nasabah tersebut akan merekomendasikan kepada orang lain.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Rofik Abadi⁸⁵ (2017), mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan dan Lokasi Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Baitul Maal wa Tamwil Dinar Amanu Tulungagung, menunjukkan ada pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Nasabah.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang erat antara faktor-faktor yang ada dalam citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Mandiri, karena besar kecilnya citra suatu perusahaan akan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, hal ini sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh Andriasan Sudarso yang mengatakan bahwa “Citra perusahaan secara akurat akan mencerminkan tingkat komitmen organisasi terhadap kualitas, keunggulan, dan hubungan dengan pelanggan loyal dan potensial karyawan dan staf dimasa depan, pesaing, mitra dan

⁸⁵ Rofik Abadi, Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Baitul Maal Wa Tamwil Dinar Amanu Tulungagung, (Tulungagung: IAIN Tulungagung, 2017)

masyarakat pada umumnya, dalam hal ini citra perusahaan membantu memfasilitasi pengetahuan konsumen pada produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan tertentu dan mengurangi ketidakpastian”.⁸⁶ Hal ini menguatkan teori yang menyatakan bahwa citra perusahaan adalah salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah.

B. Kepercayaan Nasabah tidak berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Syariah Mandiri

Kepercayaan adalah kesediaan perusahaan untuk bergantung pada mitra bisnis. Kepercayaan tergantung pada sejumlah faktor antar pribadi dan antarorganisasi, seperti kompetensi, integritas, kejujuran, dan kebaikan hati perusahaan. Kepercayaan secara bahasa adalah keyakinan bahwa sesuatu yang dipercaya itu benar atau sesuai kenyataan. Sedangkan secara istilah kepercayaan adalah menganggap dengan pasti bahwa dikatakan jujur akan dapat memenuhi harapannya, yaitu diartikan sebagai ekspresi dasar yang menaggambarkan kesetiaan dan loyalitas.⁸⁷

Hipotesis kedua menyatakan Kepercayaan Nasabah berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah ditolak. Dari hasil perhitungan data pada Bank Syariah Mandiri dengan nilai signifikansi negatif. Nilai koefisien regresi adalah negatif, artinya semakin rendah Kepercayaan nasabah maka semakin rendah Loyalitas Nasabah di Bank Syariah Mandiri. Dengan demikian pengaruh kepercayaan nasabah yang besar ataupun kecil tidak akan

⁸⁶ Andriasan Sudarso, *Manajemen Jasa Perhotelan*, (Yogyakarta:Deepublish, 2016), hal.. 50-51

⁸⁷ Patmala Lestari, *Faktor kepercayaan dan risiko pembiayaan akad mudaharbah di bank pembiayaan rakyat syariah (BPR) Tanmikya Artha Kediri*, dalam skripsi IAIN Tulungagung, 2014, hlm. 16.

berpengaruh pada loyalitas nasabah. Hal ini bisa saja terjadi ketika nasabah sudah percaya dengan Bank Syariah Mandiri yang dijadikan sebagai tempat untuk menitipkan sebagian dananya, namun pihak lembaga masih belum bisa maksimal untuk memenuhi kebutuhan akan nasabah yang diinginkan.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Ulul Fitriana⁸⁸ (2017), mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah BMT Sahara Tulungagung, menunjukkan tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Nasabah. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak ada hubungan yang erat antara faktor-faktor yang ada dalam Kepercayaan Nasabah terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Mandiri, karena besar kecilnya kepercayaan nasabah tidak akan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

C. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Syariah Mandiri

Salah satu cara untuk menempatkan perusahaan lebih unggul dari pesaing adalah dengan memberikan pelayanan yang lebih bermutu dibandingkan dengan pesaingnya. Kuncinya adalah memenuhi harapan konsumen sasaran mengenai mutu jasa tadi. Kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.⁸⁹ Sedangkan Pelayanan diartikan sebagai

⁸⁸Ulil Fitriana, Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah BMT Sahara Tulungagung, (Tulungagung:IAIN Tulungagung, 2017)

⁸⁹ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran...*, hal. 103.

tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah.⁹⁰

Hipotesis ketiga menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di Bank Syariah Mandiri. Dari hasil perhitungan data pada Bank Syariah Mandiri dengan nilai signifikansi positif. Nilai koefisien regresi adalah positif, artinya semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin tinggi loyalitas nasabah yang diperoleh Bank Syariah Mandiri. Arah hubungan positif pada variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dapat terjadi akibat Bank Syariah Mandiri menerapkan kualitas pelayanannya sesuai dengan pelayanan dalam islam yaitu Shidiq, Kreatif, berani dan percaya diri, Amanah dan fathonah, Tablig dan istiqomah, sebuah lembaga yang menerapkan sistem pelayanan dalam islam akan meningkatkan loyalitas nasabahnya, karena nasabah beranggapan pelayanan yang diberikan sesuai dengan apa yang nasabah inginkan.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Nidaul Chusnah⁹¹ (2016), mengenai Pengaruh Religiusitas, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Pembantu Magelang, menunjukkan ada pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini sesuai dengan pendapat Rambat Lupiyoadi mengenai kualitas pelayanan, beliau menjelaskan kualitas layanan adalah sebuah ukuran penilaian menyeluruh atas tingkat suatu pelayanan yang baik, kualitas layanan (service quality) sebagai hasil persepsi dari hasil

⁹⁰ Kasmir, *Etika Customer Service*....., hal. 15.

⁹¹ Nidaul Chusnah, *Pengaruh Religiusitas, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Pembantu Magelang*, (Salatiga: IAIN Salatiga, 2016)

perbandingan antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual pelayanan.⁹² Karena kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan loyalitas nasabahnya, sehingga nasabah tidak akan mudah tergiur oleh tawaran lembaga keuangan lain. Hal ini menguatkan teori yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah.

D. Kepuasan Nasabah berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Syariah Mandiri

Dalam kehidupan sehari-hari pelanggan merupakan orang-orang yang kegiatannya membeli dan menggunakan suatu produk, baik barang maupun jasa, secara terus menerus. Hal ini sama dengan nasabah, nasabah merupakan seorang pemakai produk atau pengguna jasa disuatu lembaga keuangan. Biasanya pelanggan atau nasabah sering disebut sebagai orang-orang yang kegiatannya membeli dan menggunakan suatu produk, baik barang maupun jasa secara terus menerus disuatu perusahaan. Kepuasan adalah tanggapan pelanggan terhadap kebutuhan-kebutuhannya.⁹³ Hal ini berarti bahwa penilaian terhadap suatu bentuk keistimewaan dari suatu barang atau jasa, memberikan tingkat kenyamanan yang terkait dengan pemenuhan suatu kebutuhan, termasuk pemenuhan kebutuhan dibawah atau melebihi harapan pelanggan.

Hipotesis keempat menyatakan kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di Bank Syariah Mandiri. Dari hasil perhitungan data pada Bank Syariah Mandiri dengan nilai signifikansi positif. Nilai koefisien regresi adalah positif, artinya semakin tinggi kepuasan nasabah

⁹² Rambat Lupiyoadi. *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi.....*, hal. 180

⁹³ Daryanto dan Ismanto Setyobudi, *Konsumen dan Pelayanan Prima.....*, hal. 52.

maka semakin tinggi loyalitas nasabah yang diperoleh Bank Syariah Mandiri. Arah hubungan positif pada variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dapat terjadi akibat semua produk Bank Syariah Mandiri sesuai dengan kebutuhan atau harapan konsumen dan bebas dari kekurangan.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Nidaul Chusnah⁹⁴ (2016), mengenai Pengaruh Religiusitas, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Pembantu Magelang, menunjukkan ada pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah.

E. Citra Perusahaan, Kepercayaan Nasabah, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Syariah Mandiri

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik dapat diketahui bahwa semua variabel independen yang diteliti yaitu citra perusahaan, kepercayaan nasabah, kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah mempunyai pengaruh yang positif terhadap loyalitas nasabah, baik menggunakan uji T atau secara parsial (masing-masing) maupun menggunakan uji F atau secara simultan (bersama-sama). Dengan penerapan kualitas pelayanan yang baik dan sikap profesional yang dimiliki oleh setiap karyawan pada Bank Syariah Mandiri, diharapkan loyalitas nasabah akan tetap bertahan dan terus meningkat dengan didukung oleh citra perusahaan yang baik, kualitas pelayanan yang baik, menjaga kepercayaan nasabah dan meningkatkan nilai

⁹⁴Nidaul Chusnah, Pengaruh Religiusitas, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Pembantu Magelang, (Salatiga: IAIN Salatiga, 2016)

nasabah sehingga akan tertanam dibenak nasabah maupun pada masyarakat. Dengan bertahannya nasabah di Bank Syariah Mandiri menunjukkan bahwa nasabah telah memberikan kepercayaan sepenuhnya kepada pihak lembaga dalam urusan pembiayaan. Dengan terwujudnya sebuah nilai yang positif dibenak nasabah berdasarkan pelayanan yang diberikan, citra perusahaan yang baik, dan kepercayaan yang dirasakan akan membuat sebuah nilai nasabah yang positif sehingga berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.