# BAB V

# PEMBAHASAN

Berdasarkan analisis dan pengujian model regresi yang telah dilakukan dengan menggunakan *SPSS 18* maka pembahasan ini dijelaskan tentang pengaruh kualitas pelayanan dan citra produk tabungan *mudharabah* terhadap loyalitas nasabah di BMT HARUM Tulungagung.

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yang dilakukan pada responden di BMT HARUM di Tulungagung menunjukkan bahwa laki-laki lebih banyak menggunakan produk tabungan *mudharabah* di BMT HARUM Tulungagung dibanding perempuan untuk menabung. Hal ini, karena laki-laki adalah sebagai kepala rumah tangga yang mana harus memikirkan masa depan untuk keluarganya, laki-laki juga harus bertanggungjawab akan kesejahteraan bagi keluargaanya dan tidak hanya itu karena laki- laki lebih terjaga keamanan pada saat membawa uang untuk ditabung.

Penelitian ini didukung oleh penelitian Siti Yasmien Rochmatul Wasi'ah menunjukkan bahwa responden dengan jenis kelamin laki-laki lebih banyak daripada responden dengan jenis kelamin perempuan. Hal ini berarti laki-laki lebih banyak menggunakan produk pembiayaan di BMT Pahlawan Tulungagung dibanding perempuan, karena laki-laki sebagai kepala rumah tangga.

Karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan responden di BMT HARUM Tulungagung diketahui bahwa hampir setengah responden memiliki pekerjaan lainnya (petani, peternak). Hal ini menunjukkan responden pada penelitian ini hampir setengahnya memiliki pekerjaan lainnya (petani, peternak) karena kebanyakan daerah yang ada di Tulungagung adalah lahan pertanian dan para nasabah banyak yang memilih untuk menjadi petani maupun peternak. Oleh sebab itu, nasabah penabung di BMT HARUM Tulungagung hampir setengahnya memiliki pekerjaan lainnya (petani, peternak). Penelitian ini didukung oleh penelitian Wulidatul Husna yang menunjukkan bahwa sebagian besar dari responden bekerja sebagai petani. Hasil ini dapat diartikan bahwa yang memakai jasa Kopontren Al-Barkah lebih banyak berprofesi sebagai petani.

Karakteristik responden berdasarkan status pernikahan responden di BMT HARUM Tulungagung didapatkan hampir seluruh responden memiliki status menikah. Hal ini menunjukkan bahwa hampir seluruh responden pada penelitian ini memiliki status menikah, karena kebanyakan dari mereka yang sudah menikah akan merencanakan masa depan untuk keluarga mereka dengan salah satu caranya dengan menabung di BMT HARUM Tulungagung. Penelitian ini didukung oleh penelitian Heny Susilowati yang menunjukan bahwa karakteristik responden berdasarkan status pernikahan hampir seluruh responden memiliki status menikah.

Karakteristik responden berdasarkan pendapatan pada responden di BMT HARUM Tulungagung didapatkan sebagian besar responden mempunyai pendapatan < Rp 1.000.000. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pendapatan dari

responden < Rp 1.000.000, karena banyak dari responden yang mendapat kan penghasilan < Rp 1.000.000 perbulan. Penelitian ini juga didukung oleh penelitian Binti Khoiriyah yang menunjukkan bahwasannya rata-rata pendapatan responden yang didapatkan adalah < Rp 1.000.000 per bulan untuk melakukan pembiayaan di BTM (Baitul Tamwil Muhammadiyah) Mentari Ngunut Tulungagung.

Karakteristik variabel berdasarkan kualitas pelayanan di BMT HARUM Tulungagung didapatkan hampir setengah responden memberikan penilaian kuat terhadap kualitas pelayanan di BMT HARUM Tulungagung. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan kuat mempengaruhi para responden karena responden merasa puas terhadap kualitas pelayanan yang ada di BMT HARUM Tulungagung sehingga nantinya akan menciptakan kesetiaan di BMT HARUM Tulungagung. Penelitian ini didukung oleh penelitian Heny Susilowati untuk variabel kualitas pelayanan *frontliner* ($X_1$) responden menyatakan setuju, dengan demikian pada penelitian Heny variabel kualitas pelayanan *frontliner* juga menyatakan bahwa responden yang setuju atau kuat.

Karakteristik variabel berdasarkan citra produk tabungan *mudharabah* di BMT HARUM Tulungagung menunjukkan bahwa citra produk tabungan *mudharabah* di BMT HARUM Tulungagung sangat kuat mempengaruhi para responden sehingga nantinya akan menciptakan kesetiaan pada BMT HARUM Tulungagung. Tidak hanya itu, semakin banyak nasabah yang menabung semakin banyak pula responden yang sadar akan masa depan yang akan datang. Semakin

banyak nasabah menabung semakin banyak pula bagi hasil yang diterima oleh nasabah.

Karakteristik variabel berdasarkan loyalitas nasabah di BMT HARUM Tulungagung didapatkan hampir seluruh responden memberikan penilaian terhadap loyalitas nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa loyalitas nasabah di BMT HARUM Tulungagung yang diberikan responden kuat sehingga nantinya akan menambah keloyalitasan nasabah terhadap BMT HARUM Tulungagung.

Uji Validitas yang telah di ujikan di setiap butir pernyataan maupun pertanyaan pada setiap variabel adalah valid karena nilai $r_{hitung}$ lebih besar dibandingkan $r_{tabel}$. Sehingga dalam penelitian ini semua item dalam instrumen memenuhi persyaratan validitas secara statistik serta dapat mengukur dengan tepat dan cermat. Penelitian ini juga didukung oleh penelitian Suryani yang melakukan pengujian validitas yang menunjukkan dari setiap butir pertanyaan atau pernyataan kualitas pelayanan, citra merek, kepuasan maupun loyalitas valid. Artinya semua penyataan maupun pertanyaan nilai $r_{hitung}$ lebih besar dibandingkan $r_{tabel}$ dan itu artinya semua pernyataan ataupun pernyataan valid.

Uji Reliabilitas yang telah di ujikan di setiap butir pernyataan maupun pertanyaan pada variabel ($X_1$) yaitu kualitas pelayanan menunjukkan reliabel, hal ini dapat diketahui dari hasil nilai *croanbach alpha* yang menunjukkan reliabel. Pada variabel ($X_2$) citra produk tabungan *mudharabah* sangat reliabel, hal ini dapat diketahui dari hasil nilai *croanbach alpha* yang sangat reliabel yang artinya pernyataan pada variabel citra produk tabungan *mudharabah* menunjukkan sangat

reliabel. Dan selanjudnya pada variabel (Y) loyalitas nasabah sangat reliabel, hal ini dapat diketahui dari hasil nilai *croanbach alpha* yang sangat reliabel yang artinya pernyataan pada variabel loyalitas nasabah menunjukkan sangat reliabel.

Penelitian ini didukung oleh penelitian Suryani yang dalam penelitiannya melakukan uji reliabel yang menunjukkan uji reliabilitas kualitas pelayanan nilai *croanbach alpha* yaitu sangat reliabel, citra merek nilai *croanbach alpha* yaitu sangat reliabel, kepuasan nilai *croanbach alpha* yaitu reliabel, dan loyalitas nilai *croanbach alpha* yaitu sangat reliabel yang artinya semua pertanyaan maupun pernyataan reliabel dan sangat reliabel.[153]

Uji Normalitas yang diujikan pada penelitian ini menunjukkan bahwa data yang ada dipenelitian ini berdistribusi normal, ini dapat dilihat dari uji Kolmogorov-SmirnovZ yang menunjukkan berdistribusi residual normal. Penelitian ini didukung oleh penelitian Lutfiyana Riantika Anggraeni yang menunjukkan bahwa nilai signifikansi *Kolmogorov-Smirnov menunjukkan* berdistribusi residual normal.[154]

Uji multikolinieritas variabel kualitas pelayanan serta variabel citra produk *tabungan mudharabah* menunjukkan bahwa data tersebut tidak terdapat gejala multikolinieritas, karena hasil angka *tolerance* di atas ketentuan syarat uji multikolinieritas. Hal ini menunjukkan variabel kualitas pelayanan serta variabel citra

---

[153]Suryani, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas (Studi Kasus Pada Nasabah Bank BNI'46 Cabang Uin Syarif Hidayatullah Jakarta),* (Jakarta: Skripsi tidak diterbitkan, 2010), hlm 85-87

[154] Lutfiyana Riantika Anggraeni, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah (Studi Pada Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Unit Mlarak Cabang Ponorogo),* (Malang: Skripsi Tidak Diterbitkan)

produk tabungan *mudharabah* tidak terjadinya gejala multikolinieritas. Penelitian ini didukung oleh penelitian Muhammad Fuad yang menunjukkan bahwa nilai kualitas layanan dan citra merek semua nilai *tolerance* berada diatas ketentuan yang ada pada uji multikolinieritas. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas.[155]

Uji menunjukkan heteroskedastisitas hasil output SPSS gambar *scatterplot* didapatkan titik-titik menyebar dibawah dan diatas sumbu Y dan tidak mempunyai pola yang teratur, sehingga dapat disimpulkan bahwa gambar diatas menunjukkan tidak terjadi heteroskedastisitas. Penelitian ini di didukung oleh penelitian Muhammad Fuad yang menunjukkan nilai signifikansi dari ketiga variabel. Hal ini dapat disimpulkan bahwa ketiganya tidak terjadi heteroskedastisitas.[156]

**A. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah di BMT HARUM Tulungagung**

Hasil penelitian yang diteliti oleh peneliti menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah di BMT HARUM Tulungagung. Terbukti dengan pengujian yang dilakukan menunjukkan bahwa nilainya $t_{hitung}$ lebih besar dari pada $t_{tabel}$. Untuk nilai signifikan kualitas pelayanan kecil dari probabilitas. Maka dapat disimpulkan bahwa menolak $H_0$, yang artinya kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara statistik terhadap loyalitas nasabah di BMT HARUM Tulungagung.

---

[155]Muhammad Fuad, *Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan, Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan*,(Yogyakarta: Skripsi Yang Tidak Di Terbitkan, 2016), hlm 65

[156]Muhammad Fuad, *Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan, Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan*,(Yogyakarta: Skripsi Yang Tidak Di Terbitkan, 2016), hlm 65-66

Penelitian ini didukung oleh penelitian Ariyanti Sunarno yang menunjukkan bahwa hipotesis dari penelitiannya ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan *frontliner* terhadap loyalitas nasabah pada Bank BTN Syariah cabang Bandung. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan *frontliner* terhadap loyalitas nasabah tinggi terlihat dari $t_{hitung} > t_{tabel.}$ Maka $H_0$ ditolak. Artinya kualitas pelayanan *frontliner* berpengaruh tinggi terhadap loyalitas nasabah.[157]

Menurut Feigenbhun dalam Nasution menyatakan bahwa, kualitas merupakan kepuasan pelanggan sepenuhnya (*full customer satisfaction*). Suatu produk berkualitas apabila dapat memberi kepuasan sepenuhnya kepada konsumen atas suatu produk.[158] Menurut Kotler, pelayanan merupakan setiap kegiatan yang menguntungkan dalam suatu kumpulan atau kesatuan, dan menawarkan kepuasan meskipun hasilnya tidak terkarikat pada suatu produk atau fisik.[159] Kualitas pelayanan merupakan faktor yang paling penting dalam menciptakan loyalitas nasabah. Kualitas pelayanan yang baik, dan memuaskan nasabah akan terbentuk sebuah kenyamanan, kepuasan dan tentunya kepercayaan sehingga akan menciptakan loyalitas nasabah.

---

[157]Ariyanti Sunarno, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Frontliner Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BTN Syariah Cabang Bandung,* (Bandung: Skripsi yang tidak diterbitkan, 2011), hlm 66

[158]Nur Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Manajemen*), (Bogor: Ghalia Indonesia, 2005), hlm 3

[159]Ismanto Setyobudi, *Konsumen Dan Pelayanan Prima*, (Malang: Gava Media, 2014), hlm 135

## B. Pengaruh Citra Produk Tabungan *Mudharabah* Terhadap Loyalitas Nasabah di BMT HARUM Tulungagung

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra produk tabungan *mudharabah* berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap loyalitas nasabah di BMT HARUM Tulungagung. Terbukti dengan pengujian yang dilakukan menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung}$ lebih besar dari pada $t_{tabel}$. Untuk nilai signifikasi citra produk tabungan *mudharabah* lebih kecil dari probabilitas. Maka dapat disimpulkan bahwa menolak $H_0$, yang artinya citra produk tabungan *mudharabah* berpengaruh positif dan signifikan secara statistik terhadap loyalitas nasabah di BMT HARUM Tulungagung.

Penelitian ini didukung oleh penelitian Suryani yang menunjukkan bahwa hipotesis dari penelitiannya ada pengaruh yang signifikan antara citra merek terhadap kepuasan dan dampaknya terhahadap loyalitas (Studi Kasus pada BNI'46 Cabang UIN Syarif Hidayatullah Jakarta). Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek terhadap kepuasan dan dampaknya terhadap loyalitas berpengaruh positif dan signifikan. Dilihat dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Maka Ho ditolak dan Ha diterima artinya ada pengaruh positif yang signifikan antara citra merek terhadap kepuasan dan dampaknya terhahadap loyalitas (Studi Kasus Pada BNI'46 Cabang UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).[160]

---

[160] Suryani,*Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas (Study Kasus Pada Nasabah Bank BNI'46 Cabang UIN Syarif Hidayatullah Ciputat),* (Jakarta: Skripsi yang tidak diterbitkan, 2010), hlm 124

Menurut Gronroos mendefinisikan citra sebagai representasi penilaian-penilaian dari konsumen, baik konsumen yang potensial maupun konsumen yang kecewa, termasuk kelompok-kelompok lain yang berkaitan dengan perusahan.[161] Produk secara umum diartikan sebagai sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Artinya, apapun wujudnya selama itu dapat memenuhi keinginan pelanggan dan kebutuhan kita katakan sebagai produk.[162] Citra produk merupakan kesan/pendapat seseorang baik atau buruk tentang suatu produk, baik dari desain produk, kualitas produk, dan manfaat produk bagi nasabah yang dapat memenuhi kebutuhannya.

## C. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Produk Tabungan *Mudharabah* terhadap Loyalitas nasabah di BMT HARUM Tulungagung

Hipotesis untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan citra produk tabungan *mudharabah* secara bersama-sama terhadap loyalitas nasabah, dimana diketahui:

1. H0 = Tidak ada pengaruh positif yang signifikan antara kualitas pelayanan dan citra produk tabungan *mudharabah* terhadap loyalitas nasabah di BMT HARUM Tulungagung.
2. Ha = Ada pengaruh positif dan signifikan antara antara kualitas pelayanan dan citra produk tabungan *mudharabah* terhadap loyalitas nasabah di BMT HARUM Tulungagung.

---

[161]Jasfar Farida, *Manajemen Jasa Pendekatan Terpadu*, (Ciawi Bogor: Ghalia Indonesia, 2009), hlm 184

[162]Tjiptono Fandy, *Strategi Bisnis*, (Yogyakarta: Andi, 2000), hlm 216

Berdasarkan hasil uji F, menunjukkan bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$. Maka tolak $H_0$ dan terima Ha. Hal ini, menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan citra produk tabungan *mudharabah* secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah di BMT HARUM Tulungagung. Berdasarkan uji determinasi Sehingga dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan dan citra produk memberikan pengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Penelitian ini didukung oleh penelitian Erika Gusliani Safitri yang menunjukkan bahwa hipotesis dari penelitiannya ada pengaruh positif yang signifikan antara kualitas pelayan dan citra produk terhadap loyalitas nasabah di BPRS Barokah Dana Sejahtera Yogyakarta. Dilihat dari hasil penelitiannya yang diolah dengan *program SPSS Versi 17.0 For Windows* menunjukkan bahwa nilai nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$. Maka $H_0$ ditolak dan $H_a$ diterima artinya ada pengaruh positif yang signifikan antara kualitas pelayan dan citra produk terhadap loyalitas nasabah di BPRS Barokah Dana Sejahtera Yogyakarta.[163]

[163]Erika Gusliani Safitri, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Produk Terhadap Loyalitas Nasabah di BPRS Barokah Dana Sejahtera Yogyakarta*, (Yogyakarta: Skripsi tidak diterbitkan, 2015), hlm 73