

BAB V

PEMBAHASAN

Setelah peneliti melakukan penelitian secara langsung dengan melakukan penyebaran kuesioner yang ditujukan kepada nasabah BMT Dinar Amanu Tulungagung. Kemudian peneliti mengolah data hasil dari jawaban responden atas kuesioner yang peneliti sebar, yang pengolahan data tersebut dibantu oleh aplikasi *SPSS statistics 20*, maka tujuan yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah untuk menjelaskan :

A. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah pada BMT Dinar Amanu Tulungagung.

Dari hasil analisis Uji Regresi tabel *Coefficients* yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah di BMT Dinar Amanu Tulungagung dan dari hasil koefisien regresi diperoleh nilai positif atau memiliki pengaruh yang searah artinya semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin tinggi loyalitas nasabah pada BMT Dinar Amanu Tulungagung.

Kualitas pelayanan berpengaruh dalam keberhasilan BMT Dinar Amanu Tulungagung dalam berusaha mempertahankan nasabah yang lama dan berusaha mencari nasabah baru baik segi jumlah maupun kualitas nasabah. Sistem pelayanan harus didukung oleh kualitas pelayanan, fasilitas yang memadai dan etika bisnis Islam yang memiliki norma-norma

agar nasabah tetap *loyal* kepada BMT Dinar Amanu Tulungagung. Kualitas kinerja pelayanan yang terbaik dan *profesional* dalam melayani nasabah menjadi ukuran penilaian nasabah dalam memutuskan loyalitas nasabah di BMT Dinar Amanu Tulungagung.

Dalam penelitian ini didukung oleh penelitian dari Ifa Khairul Janah, yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Sedangkan menurut ifa khairul janah dalam penelitiannya, menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif terhadap loyalitas konsumen. BMT perlu adanya suatu perhatian utama terhadap variabel kualitas pelayanan, karena variabel ini akan menentukan tingkat kepuasan dari nasabah selanjutnya akan menentukan loyalitas dari nasabah. Jadi semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin meningkat loyalitas nasabahnya.⁹⁹

Hal ini sesuai teori menurut Parasuraman dalam Rambat Lupiyoadi mengatakan bahwa "kualitas layanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima atau peroleh".¹⁰⁰ Teori lain menurut Mary Jo Bitner dan A.R. Hebbert, mengatakan bahwa "kualitas pelayanan jasa adalah perbedaan antara harapan dan kenyataan yang diterima oleh pelanggan. Apakah harapan kurang sesuai dari kenyataan yang diterima pelanggan atau malah sebaliknya. Kualitas pelayanan merupakan keseluruhan kesan konsumen

⁹⁹Ifa Khairul Janah, *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah...*, hal. 93

¹⁰⁰Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik...*, hal 148

terhadap *Inferioritas/superioritas* organisasi beserta jasa yang di tawarkan”.¹⁰¹

Dapat disimpulkan bahwa adanya hubungan erat antara faktor kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada BMT Dinar Amanu Tulungagung, karena besar kecilnya kualitas pelayanan suatu perusahaan akan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, hal ini menguatkan teori yang menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah adalah termasuk kualitas pelayanannya.

B. Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah pada BMT Dinar Amanu Tulungagung.

Dari hasil analisis Uji Regresi tabel *Coefficients* yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa Citra Perusahaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah di BMT Dinar Amanu Tulungagung dan dari hasil koefisien regresi diperoleh nilai positif atau memiliki pengaruh yang searah artinya semakin tinggi citra perusahaan maka semakin tinggi loyalitas nasabah pada BMT Dinar Amanu Tulungagung.

Citra perusahaan berpengaruh dalam keberhasilan BMT Dinar Amanu Tulungagung dalam berusaha mempertahankan nasabah yang lama

¹⁰¹Mary Jo Bitner dan A.R. Hebbert” *Encounter Satisfaction Versus Overall Satisfaction Versus Quality: The customer's Voice In Service Quality, New Direction In Theory and Practice*, Sage Publication, 1994.

dan berusaha menarik nasabah baru. Citra perusahaan dalam bank harus didukung oleh pemunculan persepsi yang positif dari nasabahnya.

Dalam penelitian ini didukung penelitian dari Joko Sugihartono, karena citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan. Sedangkan menurut Joko Sugihartono dalam penelitiannya, menunjukkan bahwa variabel citra perusahaan mempunyai pengaruh yang positif terhadap loyalitas konsumen. Variabel citra perusahaan mempunyai pengaruh yang paling kecil terhadap konsumen bila dibandingkan variabel bebas lainnya, yaitu kualitas layanan dan kepuasan konsumen.¹⁰²

Hal ini sesuai dengan teori menurut Bill Canton dalam Sukatendel mengatakan bahwa citra perusahaan adalah kesan, perasaan, gambaran diri publik terhadap perusahaan, kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu obyek, orang atau organisasi.¹⁰³

Citra adalah bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite, atau suatu aktivitas. Setiap perusahaan mempunyai citra sebanyak jumlah orang yang memandangnya. Berbagai citra perusahaan datang dari pelanggan perusahaan, pelanggan potensial, bankir, staf perusahaan, pesaing, distributor, pemasok, asosiasi dagang,

¹⁰²Joko Sugihartono, *Analisis Pengaruh Citra, Kualitas Layanan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Pelanggan...*, hal.63

¹⁰³Soeganda Priyatna, *Dasar-Dasar Publik Relations...*, hal 111

dan gerakan pelanggan disektor perdagangan yang mempunyai pandangan terhadap perusahaan.¹⁰⁴

Dapat disimpulkan bahwa adanya hubungan erat antara faktor citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah pada BMT Dinar Amanu Tulungagung, karena besar kecilnya citra suatu perusahaan akan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, hal ini menguatkan teori yang menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah adalah termasuk citra perusahaannya.

C. Pengaruh Lokasi terhadap Loyalitas Nasabah pada BMT Dinar Amanu Tulungagung.

Dari hasil analisis Uji Regresi tabel *Coefficients* yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa Lokasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah di BMT Dinar Amanu Tulungagung dan dari hasil koefisien regresi diperoleh nilai positif atau memiliki pengaruh yang searah artinya semakin tinggi faktor lokasi maka semakin tinggi loyalitas nasabah pada BMT Dinar Amanu Tulungagung.

Lokasi suatu perusahaan perlu diperhatikan untuk memudahkan nasabah memperoleh kenyamanan dan keamanan dalam melakukan hubungan dengan BMT Dinar Amanu Tulungagung dalam jangka panjang.

Dalam penelitian ini didukung oleh penelitian dari Mega Dezil, Yasri, Abrar. Karena variabel Lokasi memiliki pengaruh positif dan

¹⁰⁴Ibid,.. hal 113

signifikan terhadap loyalitas nasabah, dimana lokasi merupakan variabel yang koefisiennya lebih besar dari kedua variabel lainnya. Artinya apabila lokasi strategis dan mudah dijangkau, maka akan semakin meningkatkan loyalitas nasabah dengan koefisien regresi sebesar. Umumnya lokasi menjadi dasar oleh nasabah dalam memilih suatu bank karena lokasi yang dekat dengan lingkungan tempat tinggal atau tempat usaha yang dapat menciptakan kelayakitan nasabah. Apabila lokasi tersebut strategis maka nasabah akan selalu mencari tempat sesuai dengan keinginannya.¹⁰⁵

Rambat Lupiyoadi mengatakan *place* dalam *service* merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian jasa kepada konsumen dan dimana lokasi yang strategis. Lokasi berarti berhubungan dengan dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi.¹⁰⁶

Dapat disimpulkan bahwa adanya hubungan yang erat antara faktor lokasi terhadap loyalitas nasabah pada BMT Dinar Amanu Tulungagung, karena lokasi yang strategis akan berdampak kepada loyalitas nasabahnya, hal ini menguatkan teori yang menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah adalah termasuk faktor lokasi perusahaan.

¹⁰⁵Mega Dezil, et.all, *Pengaruh kualitas pelayanan, Promosi Penjualan, dan Lokasi terhadap Loyalitas Nasabah Bank BRI unit KODYA I Padang Panjang...*, hal. 54

¹⁰⁶Rambat Lupiyadi, *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik,..* hal.61

D. Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan dan Lokasi berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah pada BMT Dinar Amanu Tulungagung.

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik dapat diketahui bahwa semua variabel independen yang diteliti yaitu kualitas pelayanan, citra perusahaan dan lokasi mempunyai pengaruh yang positif terhadap loyalitas nasabah, baik secara parsial (masing-masing) maupun secara simultan (bersama-sama).

Berdasarkan hal tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah BMT Dinar Amanu Tulungagung adalah kualitas pelayanan, citra perusahaan dan lokasi. Dari persamaan uji regresi dapat diketahui bahwa pengaruh variabel independen (kualitas pelayanan, citra perusahaan dan lokasi) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel dependen (loyalitas nasabah).

Dengan penerapan kualitas pelayanan yang baik dan profesional yang dimiliki tiap karyawan BMT Dinar Amanu, diharapkan loyalitas nasabah akan tetap bertahan dan terus meningkat dengan didukung citra perusahaan yang positif dibenak nasabah maupun pada masyarakat sekitar. Lokasi pada penelitian ini juga memberi pengaruh yang positif terhadap loyalitas nasabah, yang artinya semakin nyaman dan aman lokasi tersebut maka semakin meningkatkan loyalitas dari nasabah BMT Dinar Amanu Tulungagung.