

BAB V

PEMBAHASAN

Setelah peneliti melakukan penelitian secara langsung dengan melakukan penyebaran kuesioner atau angket yang ditujukan kepada nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri. Peneliti mengolah data hasil dari jawaban responden atas kuesioner atau angket yang disebar kepada nasabah dan melakukan pengolahan data menggunakan SPSS 16. Hasil pengujian koefisien dari analisis regresi linier berganda secara parsial dan simultan menunjukkan bahwa pelayanan, fasilitas dan promosi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Muamalat Tbk. Cabang Kediri. Maka tujuan yang ditemukan dalam penelitian ini adalah untuk menjelaskan mengenai uji T (parsial) dan uji F (simultan).

A. Pengaruh Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pt. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri

Berdasarkan analisis dan pengujian yang dilakukan menggunakan SPSS 16 maka peneliti memperoleh hasil yang menunjukkan bahwa pelayanan berpengaruh signifikan dengan nilai positif terhadap loyalitas nasabah. Hal ini menandakan bahwa pelayanan sangat penting agar menumbuhkan sikap loyal nasabah terhadap PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kheng, Mahamad, Ramayah dan Mosahab menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Dimensi kualitas pelayanan yang memainkan peran penting dalam persamaan ini adalah kehandalan, empati, dan jaminan. Temuan menunjukkan bahwa responden secara keseluruhan mengevaluasi bank positif di Penang, Malaysia.¹

Menurut Moenir dalam Hessel pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung.² Dengan demikian, pelayanan yang diberikan oleh pegawai atau karyawan PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri sudah baik dan merupakan faktor yang penting dalam menciptakan loyalitas nasabahnya. Pelayanan yang baik dan memuaskan akan membentuk sebuah kenyamanan dan kepercayaan sehingga akan menciptakan loyalitas nasabah.

B. Pengaruh Fasilitas Terhadap Loyalitas Nasabah Pt. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri

Berdasarkan analisis dan pengujian yang dilakukan menggunakan SPSS 16 maka peneliti memperoleh hasil yang menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh signifikan dengan nilai positif terhadap loyalitas nasabah. Hal ini menandakan bahwa pelayanan sangat penting agar menumbuhkan sikap loyal nasabah terhadap PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri.

¹ Kheng, L. L., Mahamad, O., Ramayah, T., & Mosahab, R. (2010). The Impact Of Service Quality On Customer Loyalty: A Study Of Banks In Penang, Malaysia. *International Journal Of Marketing Studies*, 2(2), 57-66

² Hessel Nogi S, *Menejemen Pemasaran dan Jasa Perhotelan*,, hal. 208

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sofyan menunjukkan bahwa variabel fasilitas berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Star Clean Car Wash harus bisa memperbaiki fasilitas primer dan komplementer, untuk selalu menjaga kebersihan dan kerapian area cuci, memperbaiki penampilan karyawan agar lebih menarik, dan memberi perhatian lebih kepada konsumen sehingga konsumen merasa dihargai.³

Menurut Wahyuningtias, fasilitas merupakan segala sesuatu yang dapat memudahkan dan melancarkan pelaksanaan suatu usaha, sesuatu yang dapat memudahkan dan melancarkan suatu usaha tersebut biasanya berupa benda-benda atau uang.⁴ Dengan demikian, fasilitas-fasilitas yang telah disediakan oleh PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri mampu memenuhi kebutuhan yang diinginkan oleh nasabah, maka nasabah merasa loyal terhadap bank. Sehingga fasilitas merupakan segala sesuatu yang sengaja diberikan untuk dinikmati atau dimanfaatkan oleh nasabah dengan tujuan agar nasabah merasa loyal terhadap PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri.

C. Pengaruh Promosi Terhadap Loyalitas Nasabah Pt. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri

Berdasarkan analisis dan pengujian yang dilakukan menggunakan SPSS 16 maka peneliti memperoleh hasil yang menunjukkan bahwa promosi

³ Sofyan, I. L., Pradhanawati, A., & Nugraha, H. S. (2013). Pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas, melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening pada star clean car wash Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*

⁴ Wahyuningrum, *Manajemen Fasilitas*, (<http://staffnew.uny.ac.id/upload/131414327/pengabdian/C.pdf>) , diakses pada 17-09-2017

berpengaruh signifikan dengan nilai positif terhadap loyalitas nasabah. Hal ini menandakan bahwa pelayanan sangat penting agar menumbuhkan sikap loyal nasabah terhadap PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Amanah yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel promosi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pembelian dengan $t_{hitung} 2.294 > t_{tabel} 1.984$ yaitu terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel promosi dengan loyalitas pembelian produk Pepsodent di Ramayana Plaza, jalan Aksara, Medan.⁵

Pada hakikatnya menurut Alma, promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk, atau mengingatkan konsumen atau pelanggan atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.⁶ Dengan demikian, melalui promosi yang dilakukan oleh PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri maka dapat menambah tingkat loyalitas nasabah dalam memanfaatkan produk yang ditawarkan.

D. Pengaruh Pelayanan, Fasilitas Dan Promosi Terhadap Loyalitas Nasabah Pt. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri

Berdasarkan analisis dan pengujian yang dilakukan menggunakan SPSS 16.0 maka peneliti memperoleh hasil yang menunjukkan bahwa dari variabel-

⁵ Amanah, D. (2011). Pengaruh Promosi dan Brand Image (Citra Produk) Terhadap Loyalitas Pembelian Produk Pepsodent di Ramayana Plaza Jalan Aksara Medan. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, 3(3), 221-233

⁶ Ismail Nawawi, *Pemasaran Syariah Kompilasi Teori dan Pengantar Praktik dalam Bisnis Klasik dan Kontemporer*, (Sidoarjo: Dwiputra Pustaka Jaya, 2014), hal. 245

variabel bebas (X_1 , X_2 , dan X_3) yang terdiri dari pelayanan, fasilitas dan promosi mempunyai hubungan positif dengan variabel terikat (Y) yaitu loyalitas nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri. Hal ini dapat ditunjukkan pada nilai koefisien regresi $b_{1,2,3}$ dengan hasil positif yang berarti searah, jika nilai dari ketiga variabel tersebut naik 1 satuan, maka besaran nilai loyalitas nasabah juga akan naik dengan asumsi bahwa variabel bebas lainnya konstan.

Sehingga pelayanan, fasilitas dan promosi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri. Terlihat bahwa F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} dengan signifikansi lebih kecil. Jadi secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara pelayanan, fasilitas dan promosi terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri.