

BAB V

PEMBAHASAN

Peneliti telah melakukan penelitian secara langsung dengan menyebar kuesioner atau angket yang ditujukan kepada anggota Tabungan Umum Syariah di BMT UGT Sidogiri Cabang Lodoyo Blitar. Peneliti mengolah data hasil dari jawaban responden atas kuesioner atau angket yang disebar dan melakukan pengolahan data menggunakan SPSS 16.0. Hasil pengujian koefisien dari analisis regresi linier berganda secara parsial dan simultan menunjukkan bahwa kepercayaan, citra perusahaan dan nilai pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas anggota Tabungan Umum Syariah di BMT UGT Sidogiri Cabang Lodoyo Blitar. Maka tujuan yang ditemukan dalam penelitian ini adalah untuk menjelaskan mengenai uji t (parsial) dan uji F (simultan).

A. Pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas anggota Tabungan Umum Syariah di BMT UGT Sidogiri Cabang Lodoyo Blitar

Berdasarkan analisis dan pengujian yang dilakukan menggunakan SPSS 16.0 maka peneliti memperoleh hasil yang menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan dengan nilai positif terhadap loyalitas anggota Tabungan Umum Syariah. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis 1 teruji. Dengan demikian berarti semakin tinggi kepercayaan anggota terhadap lembaga maka semakin tinggi tingkat loyalitas anggota Tabungan Umum Syariah.

Dalam sebuah lembaga keuangan kepercayaan anggota atau nasabah merupakan hal penting yang harus didapatkan. Jika lembaga memperoleh kepercayaan yang tinggi dari para anggota, maka besar kemungkinan anggota akan tetap menggunakan produk yang ditawarkan oleh lembaga. Semakin sering para anggota menggunakan produk yang dihasilkan maka loyalitas akan dengan sendirinya tercipta.

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Bahrudin dan Siti Zuhro yang menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan Samsung Galaxy.¹

Bagi anggota atau nasabah yang akan menyimpan dananya di suatu lembaga tentunya memiliki banyak pertimbangan, salah satunya adalah pertimbangan mengenai kepercayaan. Calon anggota akan berpikir matang apakah lembaga tersebut benar-benar dapat dipercaya sehingga dana simpanannya aman dan terjamin. Sebagai salah satu lembaga keuangan syariah di Blitar, BMT UGT Sidogiri Cabang Lodoyo Blitar perlu menjaga tingkat kepercayaan anggota maupun calon anggota. Hal ini bertujuan agar anggota tetap setia menggunakan produk yang telah ditawarkan lembaga meskipun pesaing menawarkan produk yang serupa.

Menurut Etta Mamang Sangadji kepercayaan dan sikap yang telah terbentuk akan menciptakan sebuah hierarki. Pertama, konsumen membentuk kepercayaan terhadap sebuah produk, kemudian mengembangkan sikap

¹ Muhammad Bahrudin dan Siti Zuhro, *Pengaruh Kepercayaan ...*

terhadapnya, dan akhirnya, membelinya.² Begitu juga di BMT UGT Sidogiri Cabang Lodoyo Blitar. Jika calon anggota telah mempunyai kepercayaan terhadap produk Tabungan Umum Syariah maka ia akan mengembangkan sikap terhadap produk tersebut dan pada akhirnya akan menggunakannya.

B. Pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas anggota Tabungan Umum Syariah di BMT UGT Sidogiri Cabang Lodoyo Blitar

Berdasarkan analisis dan pengujian yang dilakukan menggunakan SPSS 16.0 peneliti memperoleh hasil yang menunjukkan bahwa citra perusahaan berpengaruh signifikan dengan nilai positif terhadap loyalitas anggota Tabungan Umum Syariah di BMT UGT Sidogiri Cabang Lodoyo Blitar.

Dalam setiap lembaga apapun termasuk lembaga yang bergerak dibidang jasa keuangan citra perusahaan sangat diperlukan guna keberlangsungan hidup lembaga itu sendiri. Citra perusahaan yang baik bisa menjadi daya jual lembaga untuk menarik perhatian nasabah atau anggota. Semakin baik citra perusahaan di mata nasabah atau anggota maka semakin besar peluang nasabah atau anggota untuk menyimpan dananya dengan cara menggunakan produk yang ditawarkan oleh lembaga tersebut. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Deli Darlina, citra perusahaan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada jasa perhotelan.³

² Etta Mamang Sangadji, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: ANDI, 2013), hal. 207.

³ Deli Darlina, *Pengaruh Citra Perusahaan ...*

Berdasarkan teori yang ada citra perusahaan berkaitan dengan sosok perusahaan sebagai tujuan utamanya agar lebih dikenal serta diterima oleh publik.⁴ Citra perusahaan yang bernilai positif mampu mempengaruhi persaingan bisnis dalam merebut hati calon nasabah atau anggota. Dengan demikian, semakin positif citra yang dibangun akan membuat anggota merasa yakin untuk menyimpan dananya di BMT UGT Sidogiri Cabang Lodoyo Blitar melalui produk Tabungan Umum Syariah. Sehingga citra perusahaan merupakan sesuatu yang sengaja dibangun oleh lembaga sebagai ciri khasnya yang membedakan dengan lembaga sejenis lainnya, dimana tujuan dari pembangunan citra perusahaan yang positif adalah untuk mendapatkan loyalitas para anggota.

C. Pengaruh nilai pelanggan terhadap loyalitas anggota Tabungan Umum Syariah di BMT UGT Sidogiri Cabang Lodoyo Blitar

Berdasarkan analisis dan pengujian yang dilakukan menggunakan SPSS 16.0 peneliti memperoleh hasil yang menunjukkan bahwa nilai pelanggan atau nilai nasabah berpengaruh signifikan dengan nilai positif terhadap loyalitas anggota Tabungan Umum Syariah di BMT UGT Sidogiri Cabang Lodoyo Blitar.

Nilai pelanggan (*customer value*) merupakan perbedaan antara manfaat yang dilihat seorang pelanggan dari suatu penawaran pasar serta biaya untuk mendapatkan manfaat tersebut. Seorang konsumen biasanya lebih puas ketika nilai pelanggan lebih tinggi, yaitu ketika manfaat melebihi biaya dengan

⁴ Rosady Ruslan, *Manajemen ...*, hal. 78.

margin yang besar. Dilain pihak, seorang pelanggan yang melihat biaya lebih besar dari manfaat yang diperoleh cenderung tidak akan menjadi seorang pelanggan.⁵ Berdasarkan teori yang ada nilai pelanggan (*customer value*) merupakan suatu hal yang menjadi pertimbangan sebelum seseorang menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan oleh sebuah lembaga.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Riyanti Nur Shobah dimana variabel nilai pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah di BMT Al-Falah Cabang Kalitanjung.⁶

Semakin positif nilai pelanggan yang dirasakan oleh anggota atau nasabah, maka anggota akan merasa diuntungkan karena biaya yang dikeluarkan untuk menyimpan dana lebih kecil dibanding manfaat yang diperoleh. Dengan demikian, anggota akan semakin sering menyimpan dananya di BMT UGT Sidogiri Cabang Lodoyo Blitar melalui produk Tabungan Umum Syariah.

D. Pengaruh secara simultan (bersama-sama) antara kepercayaan, citra perusahaan dan nilai pelanggan terhadap loyalitas anggota Tabungan Umum Syariah di KSPS BMT UGT Sidogiri Cabang Lodoyo Blitar

Berdasarkan analisis dan pengujian yang dilakukan menggunakan SPSS 16.0 pada tabel F dengan taraf signifikansinya pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kepercayaan, citra perusahaan dan nilai pelanggan terhadap loyalitas anggota Tabungan Umum Syariah di BMT UGT Sidogiri Cabang Lodoyo Blitar.

⁵ Mc Charty Perreault, *Pemasaran Dasar 1 Ed 16*, (Jakarta: Salemba Empat, 2008), hal. 23.

⁶ Riyanti Nur Shobah, *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah ...*

Kepercayaan, citra perusahaan dan nilai pelanggan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota Tabungan Umum Syariah di BMT UGT Sidogiri Cabang Lodoyo Blitar. Hal ini dapat dilihat dari nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} dengan signifikansi lebih kecil dari alfa. Jadi secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara kepercayaan, citra perusahaan dan nilai pelanggan terhadap loyalitas anggota Tabungan Umum Syariah di BMT UGT Sidogiri Cabang Lodoyo Blitar. Dengan demikian, kepercayaan, citra perusahaan dan nilai pelanggan adalah hal yang penting dan perlu diperhatikan oleh lembaga. Semakin baik pengelolaan ketiga variabel tersebut maka hal ini juga akan meningkatkan loyalitas anggota khususnya anggota tabungan Umum Syariah di BMT UGT Sidogiri Cabang Lodoyo Blitar.