BAB V

PEMBAHASAN

A. Pengaruh Tingkat Bagi Hasil Terhadap Loyalitas Nasabah Simpanan Mudharabah

Sebagaimana yang telah dijelaskan dalam pembahasan sebelumnya pada tabel 4.6 deskripsi variabel tingkat bagi hasil, dapat disimpulkan bahwa tingkat bagi hasil yang diberikan BMT Pahlawan Tulungagung sudah sesuai dengan yang diharapkan oleh nasabah, hal ini terlihat bahwa tanggapan setuju sebesar 62,4%. Bahkan tingkat bagi hasil memiliki kecenderungan mempengaruhi loyalitas secara positif sebesar 0,17 atau 17%. Akan tetapi dengan tanggapan positif tingkat bagi hasil ternyata tidak mendukung pengaruhnya terhadap loyalitas. Dan setelah dilakukan pengujian statistik dengan analisis regresi linier berganda, dapat dilihat dari hasil uji t yang menunjukkan bahwa H_0 diterima yang berarti tingkat bagi memiliki pengaruh secara positif tetapi tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah simpanan mudharabah pada BMT Pahlawan Tulungagung.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa untuk kestabilan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat, sistem ekonomi bagi hasil harus terus menerus disosialisasikan sekaligus dipraktikkan sebagai pengganti sistem bunga.[86] Oleh karena itu, tingkat bagi hasil tidak dapat mempengaruhi loyalitas secara langsung karena tingkat bagi hasil merupakan sarana untuk

[86] Didin Hafidhuddin, *Islam Aplikatif*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2003), hal. 113

menstabilkan perekonomian dan kesejahteraan nasabah. Sesuai dengan pengertiannya, BMT merupakan lembaga keuangan mikro yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Oleh karena itu BMT Pahlawan sudah melakukan tugasnya dengan menerapkan prinsip bagi hasil dalam setiap transaksinya.

Akan tetapi penelitian ini sedikit berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Kusumaramdhani dan Fatimah[87] yang menyatakan bahwa variabel bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,505 dan taraf signifikansi sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi keadilan bagi hasil, maka semakin tinggi juga tingkat loyalitas nasabah terhadap bank

B. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Simpanan Mudharabah

Dari tabel 4.7 deskripsi variabel kepercayaan yang merupakan tanggapan nasabah simpanan mudharabah akan kepercayaan pada BMT Pahlawan Tulungagung, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan nasabah simpanan mudharabah kepada BMT Pahlawan Tulungagung sudah cukup baik, hal ini terlihat dari tanggapan setuju sebesar 74,8% yang diberikan nasabah simpanan mudharabah sebagai responden. Dan kepercayaan memiliki pengaruh secara positif terhadap loyalitas nasabah sebesar 0,351 atau 35,1%. Dan setelah dilakukan pengujian statistik dengan analisis regresi linier berganda hasilnya berbanding lurus, yang dapat dilihat dari hasil uji t yang

[87] Agus Kusumaramdhani & Fatimah, F.(2016). Pengaruh Reputasi Merk Dan Keadilan Bagi Hasil Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Mudharabah Bank X Syariah Kcp Ciledug. *Ekonomi & Bisnis, 14*(1).

menunjukkan bahwa H_0 ditolak yang berarti kepercayaan memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah simpanan mudharabah pada BMT Pahlawan Tulungagung.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa kepercayaan yang teguh terhadap seseorang atau mitra merupakan modal dasar dalam menjalin bisnis. Kepercayaan merupakan suatu proses yang ditempuh melalui ujian dan saringan dalam ukuran satuan waktu.[88] Pernyataan tersebut mendukung hasil penelitian yang diperoleh bahwasanya ada pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas, karena adanya kepercayaan ini ternyata membutuhkan waktu untuk terpenuhi sehingga terjadilah loyalitas. Seperti tanggapan pada setiap item pernyataan yang diajukan oleh peneliti, 74,8% responden memiliki kepercayaan yang tinggi kepada BMT Pahlawan Tulungagung melalui integritas, kompetensi, konsistensi, loyalitas dan keterbukaan. Kepercayaan di BMT Pahlawan Tulungagung dibangun dari rasa terbuka dan percaya antara nasabah simpanan mudharabah dengan BMT, nasabah percaya untuk menitipkan sebagian dananya untuk dikelola pihak BMT dan BMT Pahlawan Tulungagung berusaha memberikan integritas dan kompetensinya untuk membentuk kepercayaan nasabah sehingga terbentuklah loyalitas nasabah.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Wahyuni[89] yang menyatakan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan

---

[88] Mohammad Jafar Hafsah, *Kemitraan Usaha: Konsepsi...*, hal. 49

[89] Wahyuni, E. T. (2015). Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah Perbankan Syariah. *Akmenika: Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, *12*(2).

terhadap loyalitas nasabah perbankan syariah, sehingga hipotesis pertama terbukti. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa loyalitas nasabah dapat dibangun melalui peningkatan kepercayaan nasabah yang mencakup antara lain: kepercayaan terhadap kualitas pelayanan, kepercayaan terhadap kinerja yang dihasilkan, kepercayaan adanya efisiensi waktu serta biaya dalam bertransaksi dalam perbankan syariah. Selain itu hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Maharani[90] yang menyatakan bahwa variabel kepercayaan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Artinya dengan meningkatkan kepercayaan maka loyalitas nasabah akan meningkat.

C. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Simpanan Mudharabah

Dari tabel 4.8 deskripsi variabel kualitas pelayanan yang merupakan tanggapan nasabah simpanan mudharabah akan kualitas pelayanan pada BMT Pahlawan Tulungagung, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak BMT Pahlawan Tulungagung kepada nasabah simpanan mudharabah sudah cukup baik, hal ini terlihat dari tanggapan setuju sebesar 70% yang diberikan nasabah simpanan mudharabah sebagai responden. Bahkan kualitas pelayanan memiliki pengaruh secara positif terhadap loyalitas nasabah sebesar 0,279 atau 27,9%. Dan setelah dilakukan pengujian statistik dengan analisis regresi linier berganda hasilnya berbanding lurus, yang dapat dilihat dari hasil uji t yang menunjukkan bahwa H_0 ditolak yang berarti

[90] Maharani, A. D., & DARMASTUTI, I. (2010). *Analisis Pengaruh Kepercayaan dan kepuasan...*,hal. 73

kualitas pelayanan memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah simpanan mudharabah pada BMT Pahlawan Tulungagung.

Fandy Tjiptono[91] menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi kesetiaan konsumen adalah *product quality* (kualitas produk), *service quality* (kualitas pelayanan), p*roduct design* (desain produk), *price* (harga) dan *trust* (kepercayaan). Oleh karena itu, BMT Pahlawan harus berupaya membangun dan memelihara atau menjaga hubungan jangka panjang dengan nasabah, sehingga BMT menekankan sasarannya pada nasabah, seperti melalui kepuasan, kualitas pelayanan yang diberikan, retensi, serta mendapatkan nasabah yang memiliki tingkat loyalitas tinggi.

Mendukung teori yang sudah ada, tidak mengherankan jika kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah simpanan mudharabah di BMT Pahlawan Tulungagung, karena banyak nasabah yang puas dengan pelayanan dan produk-produk dari BMT Pahlawan. Faktor kualitas pelayanan yang disebutkan dalam penelitian ini seperti kehandalan, perhatian, fisik nyata, daya tanggap dan jaminan terbukti mampu menciptakan kualitas pelayanan yang berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah simpanan mudharabah di BMT Pahlawan Tulungagung.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Irnandha[92] yang menunjukkan hasil nilai koefisien regresi sebesar 0,409 dan t

---

[91] Fandy Tjiptono, dkk, *Pemasaran Strategik...*, hal. 84

[92] Irnandha, A. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Jalur Darat (Studi Kasus Kepuasan Pelanggan Jne Cabang Hijrah Sagan Yogyakarta). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (Jmbi), 5*(6), 660-669.

hitung sebesar 7,04 dengan taraf signifikansi sebesar 0,000. Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di JNE Cabang Hijrah Sagan Yogyakarta.

D. Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Simpanan Mudharabah

Dari tabel 4.9 deskripsi variabel kepuasan nasabah yang merupakan tanggapan nasabah simpanan mudharabah akan kepuasan nasabah pada BMT Pahlawan Tulungagung, dapat disimpulkan bahwa kepuasan nasabah simpanan mudharabah kepada BMT Pahlawan Tulungagung sudah cukup baik, hal ini terlihat dari tanggapan setuju sebesar 73,6% yang diberikan nasabah simpanan mudharabah sebagai responden. Dan kepuasan nasabah juga memiliki pengaruh secara positif terhadap loyalitas nasabah sebesar 0,350 atau 35%. Dan setelah dilakukan pengujian statistik dengan analisis regresi linier berganda hasilnya berbanding lurus, yang dapat dilihat dari hasil uji t yang menunjukkan bahwa H_0 ditolak yang berarti kepuasan nasabah memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah simpanan mudharabah pada BMT Pahlawan Tulungagung.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang menyatakan, peningkatan kepuasan pelanggan sangat dibutuhkan dalam persaingan pasar yang semakin tajam. Oleh karena itu banyak perusahaan akan selalu berupaya memantau kepuasan pelanggan yang sangat berpengaruh atas tingkat loyalitas dan

profitabilitas pelanggan. Tingkat kepuasan pelanggan tergantung pada kinerja yang dirasakan/diterima dari produk dan jasa atau servis pendukung serta standar yang digunakan pelanggan untuk mengevaluasi kinerja itu.[93]

Mendukung teori yang sudah ada, tidak mengherankan jika kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah simpanan mudharabah di BMT Pahlawan Tulungagung, karena banyak nasabah yang puas dengan produk simpanan di BMT, terbukti dengan banyaknya responden dalam penelitian ini yang telah menjadi nasabah simpanan mudharabah lebih dari 5 tahun. Selain itu, faktor kepuasan yang disebutkan dalam penelitian ini seperti kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, faktor emosi dan kemudahan terbukti mampu menciptakan kepuasan yang berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah simpanan mudharabah di BMT Pahlawan Tulungagung.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh widodo[94] yang menyatakan bahwa variabel kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah tabungan Simpeda Bank Jatim Cabang Utama Surabaya dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,207 dan t hitung sebesar 2,430 dengan taraf signifikansi sebesar 0,017. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nasabah yang telah merasa puas cenderung akan menjadi nasabah yang setia (loyal). Kepuasan nasabah dapat menciptakan

---

[93] Sofjan Assauri, *Strategic Marketing: Sustaining Lifetime*...,hal. 11

[94] Dimas Satrio Teguh Widodo.(2015). Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah..., hal. 15

kelekatan emosional untuk suatu produk atau jasa, dan hal ini menciptakan loyalitas nasabah yang tinggi.

E. Pengaruh Tingkat Bagi Hasil, Kepercayaan, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Simpanan Mudharabah

Dari tabel 4.10 deskripsi variabel loyalitas nasabah yang merupakan tanggapan nasabah simpanan mudharabah akan loyalitas nasabah pada BMT Pahlawan Tulungagung dipengaruhi oleh tingkat bagi hasil, kepercayaan, kualitas pelayanan, dan kepuasan nasabah dapat disimpulkan bahwa loyalitas nasabah simpanan mudharabah kepada BMT Pahlawan Tulungagung sudah cukup baik, hal ini terlihat dari tanggapan setuju sebesar 62,8% yang diberikan nasabah simpanan mudharabah sebagai responden. Dan setelah dilakukan pengujian statistik dengan analisis regresi linier berganda, hasilnya berbanding lurus yang dapat dilihat dari hasil uji F yang menunjukkan bahwa H_0 ditolak yang berarti tingkat bagi hasil, kepercayaan, kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah simpanan mudharabah pada BMT Pahlawan Tulungagung.

Sejalan dengan teorinya, loyalitas nasabah memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, hal ini menjadi alasan utama bagi sebuah perusahaan untuk menarik dan mempertahankan mereka. Usaha untuk memperoleh nasabah yang loyal tidak bisa dilakukan sekaligus, tetapi melalui beberapa tahapan, mulai dari mencari nasabah potensial sampai memperoleh rekan kerja sama**.** Kepuasan pelanggan

harus dibarengi dengan loyalitas pelanggan, pelanggan yang benar-benar loyal bukan saja sangat potensial menjadi *word-of-mouth advertisers*, namun juga kemungkinan besar loyal pada portofolio produk jasa perusahaan selama bertahun-tahun.[95] Dengan pentingnya loyalitas nasabah, BMT Pahlawan Tulungagung juga terus meningkatkan loyalitas dengan memperbaiki tingkat bagi hasil yang diberikan, meningkatkan kepercayaan dan kepuasan melalui kualitas pelayanan yang diberikan. Sehingga dapat dibuktikan bahwa BMT Pahlawan Tulungagung mampu bertahan selama kurang lebih 20 tahun dengan ribuan nasabah yang dimiliki, sampai dilakukannya penelitian ini ada sekitar 8.081 nasabah simpanan mudharabah yang dimiliki BMT Pahlawan Tulungagung.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Afifah[96] yang menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT Bank Mandiri Kantor Cabang Simpang Patal Palembang dengan nilai F hitung > F tabel (177,833 > 2,70) dan berdasarkan signifikansi F yang menunjukkan hasil lebih kecil dari nilai α (0,000 < 0,05).

Adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel tingkat bagi hasil, kepercayaan, kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah ini juga didukung dengan hasil *Adjusted R square* pada

---

[95] Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa...,* hal. 391

[96] Al Afifah, A. Z. K. A. (2016). *Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Di Pt Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Simpang Patal Palembang).[Skripsi]* (Doctoral Dissertation, Uin Raden Fatah Palembang).

Koefisien Determinasi sebesar 29,8%. Hal ini mengidentifikasikan bahwa sebesar 29,8% yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah dapat dijelaskan oleh variabel independen yang ada pada penelitian ini, sedangkan sisanya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

Sebenarnya ada banyak faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah diantaranya kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, kepercayaan, citra perusahaan, reputasi, komunikasi, penanganan keluhan, komitmen, penyelesaian konflik, tingkat bagi hasil dan lain sebagainya. Dan dalam penelitian ini hanya memasukkan sebagian kecil faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas. Oleh karena itu hasil dari *Adjusted R Square* pada penelitian ini hanya menunjukkan sekitar 29,8%. Dan sisanya sebesar 70,2% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini yakni citra perusahaan, reputasi, komunikasi, penanganan keluhan, komitmen, penyelesaian konflik dan lain sebagainya.