

BAB V

PEMBAHASAN

Peneliti telah melakukan penelitian secara langsung dengan melakukan penyebaran angket yang diajukan kepada nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri. Kemudian peneliti mengolah data hasil dari jawaban responden atas angket yang peneliti sebar dengan menggunakan aplikasi software SPSS for windows Versi 16.0. berdasarkan pada hasil olahan statistik, maka dapat dikemukakan dalam penelitian ini yang menjelaskan :

A. Pengaruh Lokasi Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri

Berdasarkan hasil output statistik diatas menunjukkan bahwa pada uji validitas dan reliabilitas pada tabel kolom *Corrected Item Correlation* dan *Cronbach Alpha* variabel lokasi teruji valid dan reliabel.

Pada uji normalitas dalam tabel *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* diperoleh angka *Asymp.Sig* 0,068 dan nilai tersebut lebih besar dari nilai taraf signifikansi 0,05 maka variabel lokasi berkontribusi normal. Sedangkan untuk uji multikolinearitas diketahui nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* sebesar 8,888 maka variabel lokasi terbebas dari asumsi klasik multikolinearitas karena hasil VIF lebih kecil dari 10. Pada gambar uji heterokedasitas menunjukkan pola tertentu, maka variabel lokasi produk tidak terjadi heterokedasitas pada model regresi ini.

Sedangkan pada tabel 4.13 *Coefficient* menunjukkan bahwa variabel lokasi berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri. Dapat dilihat dari hasil uji regresi linier berganda yang menunjukkan koefisien regresi lokasi sebesar 0,380 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena positif) 1 satu satuan pada variabel lokasi akan meningkatkan loyalitas nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri.

Dari hasil uji t menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Dimana diperoleh nilai $t_{tabel} < t_{hitung}$ ($1,661 < 4,053$) dengan signifikansi t_{tabel} 0,05, sehingga H_1 diterima yang berarti “*ada pengaruh positif dan signifikan lokasi terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri*”.

Penelitian ini sejalan dengan jurnal penelitian yang dilakukan oleh Damayanti Maysaroh yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah dalam memilih Bank Syariah.⁶⁹ Perbedaan dari peneliti ini adalah obyek peneliti dan lokasi penelitian. Peneliti ini lebih berfokus pada nasabah dalam memilih Bank Syariah, sedangkan penulis fokus pada loyalitas para nasabahnya. Tetapi terdapat salah satu variabel lokasi.

Hal ini dapat diperkuat dengan teori yang dinyatakan oleh Kasmir bahwa lokasi tidak dapat dilakukan secara sembarangan, tetapi harus mempertimbangkan faktor-faktor yang perlu diperhatikan dalam pemilihan

⁶⁹ Damayanti Maysaroh, *Analisi Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Memilih Bank Syariah*, (Yogyakarta: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2014)

dan penentuan lokasi suatu lembaga atau Bank.⁷⁰ Lokasi bisa sempurna jika diukur dengan faktor-faktor yang dekat dengan pasar, dekat dengan perumahan, dekat dengan perkantoran, serta kelancaran akses menuju lokasi.

Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa tujuan dari lokasi adalah meningkatkan jumlah nasabah yang tertarik akan kemudahan jangkauan pada letak lokasi kantor. Masyarakat merupakan salah satu sasaran dari adanya penentuan lokasi. Dengan adanya letak lokasi strategis dan mudah dijangkau maka masyarakat dapat terpengaruh untuk menjadi nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri.

B. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri

Berdasarkan hasil output statistik diatas menunjukkan bahwa pada uji validitas dan reliabilitas pada tabel kolom *Corrected Item Correlation* dan *Cronbach Alpha* variabel kualitas pelayanan teruji valid dan reliabel.

Pada uji normalitas dalam tabel *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* diperoleh angka *Asymp.Sig* 0,071 dan nilai tersebut lebih besar dari nilai taraf signifikansi 0,05 maka variabel kualitas pelayanan berkontribusi normal. Sedangkan untuk uji multikolinearitas diketahui nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) sebesar 1,025 maka variabel kualitas pelayanan terbebas dari asumsi klasik multikolinearitas karena hasil VIF lebih kecil dari 10. Pada gambar uji heterokedasitas menunjukkan pola tertentu, maka variabel kualitas pelayanan tidak terjadi heterokedasitas pada model regresi ini.

⁷⁰ Kasmir, *Pemasaran Bank*, Ed.I, Cet.I.2, (Jakarta: Prenada Media, 2005), hal. 164

Sedangkan pada tabel 4.13 *Coefficient* menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri. Dapat dilihat dari hasil uji regresi linier berganda yang menunjukkan koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,074 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena positif) 1 satu satuan pada variabel kualitas pelayanan, akan meningkatkan loyalitas nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri.

Dari hasil uji t menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Dimana diperoleh nilai $t_{tabel} < t_{hitung}$ (1,661 < 2,049) dengan signifikansi t_{tabel} 0,05, sehingga H_2 diterima yang berarti “*ada pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri*”.

Hasil penelitian ini sejalan dengan jurnal penelitian yang dilakukan oleh Ifa Khairul Janah yang menyatakan bahwa sistem pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pada BMT Amanah Waleri.⁷¹

Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Kotler yang menyatakan bahwa pelayanan adalah setiap kegiatan yang menguntungkan dalam suatu kumpulan atau kesatuan, dan menawarkan kepuasan meskipun hasilnya tidak terikat pada suatu produk atau fisik.⁷² Tingkat kualitas pelayanan tidak dapat dinilai berdasarkan sudut pandang perusahaan tetapi harus dipandang pelanggan/nasabah. Karena itu, dalam merumuskan strategi

⁷¹ Ifa Khairul Janah, *Pengaruh Sistem Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada BMT Amanah Waleri*, (Semarang: Skripsi diterbitkan, 2011)

⁷² Philip Kotler dan Kevin Lanne Keller, *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas*, (Jakarta: Erlangga, 2008) hal, 143

dan program pelayanan, perusahaan harus berorientasi pada kepentingan pelanggan dengan memperhatikan komponen kualitas pelanggan atau nasabah. pelayanan yang baik akan membuat pelanggan atau nasabah merasa puas. Kalau pelanggan atau nasabah puas maka mereka juga akan loyal terhadap lembaga tersebut.

Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa tujuan dari kualitas pelayanan adalah meningkatkan jumlah nasabah yang tertarik akan pelayanan yang diberikan lembaga. Masyarakat merupakan salah satu sasaran dari adanya kualitas pelayanan yang diberikan oleh lembaga. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik maka masyarakat dapat terpengaruh menjadi nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri.

C. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri

Berdasarkan hasil output statistik diatas menunjukkan bahwa pada uji validitas dan reliabilitas pada tabel kolom *Corrected Item Correlation* dan *Cronbach Alpha* variabel kualitas produk teruji valid dan reliabel.

Pada uji normalitas dalam tabel *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* diperoleh angka *Asymp.Sig* 0,115 dan nilai tersebut lebih besar dari nilai taraf signifikansi 0,05 maka variabel kualitas produk berkontribusi normal. Sedangkan untuk uji multikolinearitas diketahui nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) sebesar 8,871 maka variabel kualitas produk terbebas dari asumsi klasik multikolinearitas karena hasil VIF lebih kecil dari 10. Pada

gambar uji heterokedasitas menunjukkan pola tertentu, maka variabel kualitas produk tidak terjadi heterokedasitas pada model regresi ini.

Sedangkan pada tabel 4.13 *Coefficient* menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri. Dapat dilihat dari hasil uji regresi linier berganda yang menunjukkan koefisien regresi variabel kualitas produk sebesar 1,319 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena positif) 1 satu satuan pada variabel kualitas produk, akan meningkatkan loyalitas nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri.

Dari hasil uji t menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Dimana diperoleh nilai $t_{tabel} < t_{hitung}$ (1,661 < 13,363) dengan signifikansi t_{tabel} 0,05, sehingga H_3 diterima yang berarti “*ada pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri*”.

Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Intan Kamila, dengan judul “*Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jakarta Simprug)*”⁷³, variabel kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Perbedaan dari peneliti ini adalah obyek peneliti dan lokasi penelitian. Peneliti ini lebih berfokus pada kepuasan nasabah,

⁷³ Intan Kamila, *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jakarta Simprug)*, <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/36289/1/INTAN%20KAMILA-FEB.pdf>, diakses 10 Februari 2018

sedangkan penulis fokus pada loyalitas para nasabahnya. Tetapi terdapat salah satu variabel lokasi.

Hal ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Lupiyoadi yang menyatakan bahwa Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Hal ini menunjukkan semakin berkualitasnya suatu produk maka konsumen atau nasabah akan merasa puas dan akhirnya mereka akan loyal terhadap lembaga tersebut.⁷⁴

Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa tujuan dari kualitas produk adalah meningkatkan jumlah nasabah yang tertarik akan kualitas produk yang dimiliki lembaga. Masyarakat merupakan salah satu sasaran dari adanya kualitas produk yang dimiliki oleh lembaga. Dengan adanya kualitas produk yang baik serta unggul maka masyarakat dapat terpengaruh menjadi nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri.

D. Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Secara Simultan Berpengaruh Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri

Berdasarkan hasil output statistik 4.16 pada deskripsi menunjukkan bahwa hubungan antara 3 variabel independen (lokasi, kualitas pelayanan dan kualitas produk) terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri adalah kuat dengan angka R sebesar 0,949 dan mempunyai nilai Adjusted R Square pada model ini adalah 0,900 hal ini

⁷⁴Lupiyadi, Rambat, *Pemasaran Jasa*, (Jakarta: Penerbit Salemba Empat, 2001), ha158

berarti 89% variabel loyalitas nasabah bisa dijelaskan variabel lokasi, kualitas pelayanan dan kualitas produk, sedangkan sisanya ($100\% - 89\% = 11\%$) dijelaskan oleh sebab-sebab lain.

Setelah dilakukan pengujian statistik dengan tabel ANOVA, menunjukkan variabel lokasi, kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas nasabah. Dimana tabel ANOVA diatas diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 275,320 dari nilai taraf signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05 (dalam hal ini taraf signifikan sebesar 5%), maka disimpulkan untuk menolak H_0 dan menerima H_a yang berarti "*ada pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara lokasi, kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk. Cabang Kediri*".

Sejalan dengan penelitian Partua Pranata (2002)⁷⁵ menunjukkan kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan lokasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan lokasi secara simultan dan signifikan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa loyalitas nasabah pada Bank Rakyat Indonesia TBK kantor kan UIN Syarif Hidayatullah dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan lokasi yang diberikan Bank

⁷⁵ Partua Pranama, *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah, Dan Lokasi Terhadap Loyalitas*, (Semarang: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2002)

Rakyat Indonesia kepada nasabahnya. Perbedaan dari penelitian ini adalah ada salah satu variabel yang beda dan lokasi penelitian.

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.⁷⁶ dengan pentingnya loyalitas nasabah, Bank Muamalat Indonesia juga terus meningkatkan loyalitas memperbaiki lokasi, meningkatkan kualitas pelayanan, dan kualitas produk melalui pelayanan yang diberikan.

⁷⁶ Kasmir, *Pemasaran*.....,hal 208 .