

BAB V

PEMBAHASAN

Setelah peneliti melakukan penelitian secara langsung dengan melakukan penyebaran kuesioner atau angket yang ditujukan kepada nasabah Bank Muamalat kantor cabang pembantu KCP Ponorogo. Peneliti mengolah data hasil dari jawaban responden atas 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 atribut produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Muamalat kantor cabang pembantu (KCP) Ponorogo. Maka tujuan yang ditemukan dalam penelitian ini adalah untuk menjelaskan mengenai uji T (parsial) dan uji F (simultan).

A. Pengaruh Atribut Produk terhadap loyalitas Nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo

Berdasarkan analisis dan pengujian yang dilakukan menggunakan SPSS 16 maka peneliti memperoleh hasil yang menunjukkan bahwa atribut produk berpengaruh signifikan dengan loyalitas nasabah. Hal ini menandakan bahwa atribut produk sangat penting agar menumbuhkan sikap loyal nasabah terhadap Bank Muamalat kantor cabang pembantu (KCP) Ponorogo.

Hasil temuan ini senada dengan penelitian yang dilakukan oleh Luqman Hadi Thoiriq Islachi, menunjukkan bahwa peningkatan atribut produk dapat meningkatkan loyalitas nasabah. Dimensi atribut produk yang memainkan peran penting dalam persamaan ini adalah kualitas produk, price, fitur dan iklan.

Temuan menunjukkan bahwa responden secara keseluruhan mengevaluasi bank positif di BMT Sahara.¹

Hal ini selaras dengan dengan teori yang dikemukakan Teguh Budiarto dalam bukunya mengatakan bahwa “Atribut-Atribut produk adalah segala sesuatu yang melengkapi manfaat utama produk sehingga mampu lebih memuaskan konsumen”.² Dengan demikian, atribut produk yang diberikan oleh Bank Muamalat kantor cabang pembantu (KCP) Ponorogo sudah memuaskan dan merupakan faktor yang penting dalam menciptakan loyalitas nasabahnya. Atribut Produk memuaskan akan membentuk nasabah menggunakan produk kembali, memberikan informasi kepada orang lain tentang produk tersebut, membeli produk lain dan kekebalan dari pesaing.

B. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap loyalitas Nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo

Berdasarkan analisis dan pengujian yang dilakukan menggunakan SPSS 16 maka peneliti memperoleh hasil yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dengan loyalitas nasabah. Hal ini menandakan bahwa atribut produk sangat penting agar menumbuhkan sikap loyal nasabah terhadap Bank Muamalat kantor cabang pembantu (KCP) Ponorogo.

Hasil penelitian ini senada dengan penelitian yang dilakukan Ifa Khairul Janah menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan dapat meningkatkan

¹ Luqman Hadi Thoiriq Islachi, *Pengaruh Atribut Produk, Kepuasan Nasabah Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah di BMT Sahara Tulungagung*. (Tulungagung: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2012)

² Teguh Budiarto, *Seri Diktat Kuliah Dasar Pemasaran*, (Jakarta: Gunadarma, 1993), hal. 68.

loyalitas nasabah. 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 BMT Amanah Waleri.³

Seperti yang di kemukakan oleh mantan pemimpin GE, John F. Welch Jr., “kualitas adalah jaminan terbaik kami atas loyalitas pelanggan, pertahanan terkuat kami menghadapi persaingan luar negeri, dan satu-satunya jalan untuk mempertahankan pertumbuhan dan penghasilan. ⁴Dan Menurut Kotler mendefinisikan pelayanan sebagai ”pelayanan adalah setiap kegiatan yang menguntungkan dalam suatu kumpulan atau kesatuan, dan menawarkan kepuasan meskipun hasilnya tidak terikat pada suatu produk atau fisik”⁵ Dengan demikian, pelayanan yang diberikan oleh pegawai atau karyawan Bank Muamalat kantor cabang embantu (KCP) Ponorogo sudah baik dan merupakan faktor yang penting dalam menciptakan loyalitas nasabahnya. Pelayanan yang prima akan membentuk sebuah kenyamanan dan kepercayaan sehingga akan menciptakan loyalitas nasabah.

³ Ifa Khairul Janah, *pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah (BMT Amanah Waleri Semarang, 2011)*

⁴ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas.....*, hal 144

⁵ Ismanto Setyobudi, *Konsumen dan Pelayanan Prima*, (Malang: Gava Media, 2014), hal 135

C. Pengaruh Atribut Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat KCP Ponorogo

Berdasarkan analisis dan pengujian yang dilakukan menggunakan SPSS 16.0 maka peneliti memperoleh hasil yang menunjukkan bahwa dari variabel-variabel bebas (X_1 dan X_2) yang terdiri dari atribut produk dan kualitas pelayanan mempunyai hubungan positif dengan variabel terikat (Y) yaitu loyalitas nasabah di Bank Muamalat Kantor Cabanag Pembantu (KCP) Ponorogo. Hal ini dapat ditunjukkan pada nilai koefisien regresi $b_{1,2}$ dengan hasil positif yang berarti searah, jika nilai dari kedua variabel tersebut naik 1 satuan, maka besaran nilai loyalitas nasabah juga akan naik dengan asumsi bahwa variabel bebas lainnya konstan.

Sehingga Atribut Produk dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat Kantor Cabanag Pembantu (KCP) Ponorogo. Terlihat bahwa F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} dengan signifikansi lebih kecil. Jadi secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara atribut produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat Kantor Cabang Pembantu (KCP) Ponorogo.