BAB V

PEMBAHASAN

A. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah di BTM Surya Madinah Tulungagung

Penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Nasabah penabung. Sesuai dengan uji-t, hasil penelitian pada nasabah penabung di BTM Surya Madinah menunjukkan bahwa Kualitas Pelayayanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah yang sesuai dengan hasil uji-t dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (1,782 > 1,660) dan nilai sig o.07 < 0.1 maka H_0 ditolak, yang berarti variabel Kualitas Pelayayanan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah penabung di BTM Surya Madinah.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Eka Nur Lailia dengan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Kualitas pelayanan dan tata letak terhadap terhadap loyalitas nasabah pada BNI syariah cabang pembantu Tulungagung, penelitian tersebut menggunakan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukan bahwa faktor kualitas pelayanan terdapat pengaruh dan memiliki hubungan yang positif terhadap loyalitas nasabah, sedangka faktor tata letak/*layout* terdapat pengaruh tetapi memiliki hubungan negatif terhadap loyalitas nasabah. Terbukti dengan hasil regresi kulitas pelayanan $T_{hitung} > T_{tabel}$ dan nilai signifikan Kualitas pelayan lebih besar dari α. maka data berdistribusi normal. Dan untuk variabel tata letak/*layout* hasil analisis regresi tata

letak/*layout*$T_{hitung}<T_{tabel}$ dan nilai signifikan letak/*layout* kurang dari α. maka berdistribusi normal.[131]

B. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Penabung di BTM Surya Madinah Tulungagung

Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh secara signfikan terhadap loyalitas nasabah. Sesuai dengan uji-t, hasil penelitian pada nasabah penabung di BTM Surya Madinah menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan menjadi nasabah menabung yang sesuai dengan hasil uji-t dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ (1,726 < 1,660) dan nilai sig 0,088 < 0.1 maka H_0 ditolak, yang bearti variabel Kualitas Produk berpengaruh sigifikan terhadap Loyalitas Nasabah penabung BTM Surya Madinah Tulungagung..

Penelitian ini didukung oleh Penelitian dilakukan oleh Anggun Citra Novita, dengan judul " Pengaruh Kualitas Produk, dan Komunikasi Interpersonal Terhadap kepuasan dan Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Sulutgo Cabang Utama Manado" yang Berdasarkan hasil perhitungan analisis regresi linier berganda dengan pengujian parsial diketahui bahwa variabel Kualitas Produk (X_1) diperoleh t hitung> t tabel dan nilai signifikasi > α, Kualitas Produk mempunyai pengaruh terhadap Loyalitas Nasabah.

C. Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah penabung di BTM Surya Madinah Tulungagung

[131] Eka Nurlaila, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Tata Letak/Layout Terhadap Loyalitas Nasabah pada BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Tulungagung*(Tulungagung: Skripsi Tidak Diterbitkan, 2014)

Penelitian ini menunjukkan bahwa Kepuasan Nasabah tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah penabung. Sesuai dengan uji-t, hasil penelitian pada nasabah penabung di BTM Surya Madinah Tulungagung menujukkan bahwa Kepuasan Nasabah tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah yang sesuai dengan hasil uji-t dengan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ (0,629 < 1,660) dan niulai sig 0,531 > 0.1 maka H_0 diterima, yang berarti variabel Kepuasan Nasabah tidak berpengaruh signifikan terhadap loayalitas nasabah penabung BTM Surya Madinah Tuluangagung.

Penelitian ini didukung oleh Penelitian ini dilakukan oleh Debi Meigy Arzena, Pengaruh Kepuasan nasabah dan kepercayaan terhadap Loyalitas nasabah yang menyatakan bahwa hasil analisis bahwa kepuasan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Kotler dan keller juga menjelaskan kaitanya antara kepuasan pelanggandan loyalitas tidak bersifat proporsional.[132]

D. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabh penabung di KSPPS BTM Surya Madinah Tulungagung

Ketiga variable tersebut yaitu kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan nasabah secara bersama berpengaruh secara signifikan, dari kedua variable tersebut hanya salah satunya tidak berpengaruh secara signifikan yaitu kepuasan nasabah.

[132] Philip K. Dan Kevin., *manajemen pemasaran ed. 13 jilid 1.* (Surabaya: Erlangga),hlm. 14

Nilai konstanta (α) menunjukkan bahwa nilai kualitas pelayanan (X_1), kualitas produk (X_2), dan kepuasan nasabah (X_3) sama dengan nol atau konstanta maka besarnya nilai loyalitas nasabah di BTM Surya Madinah Tulungagung (Y). Nilai koefisien regresi (b_1) yang positif menunjukkan adanya hubungan searah antara variabel loyalitas nasabah di BTM Surya Madinah Tulungagung, artinya jika setiap penambahan 1 satuan X_1, kualitas pelayanan akan meningkatkan minat menabung dan sebaliknya jika kualitas pelayanan menurunkan 1 satuan X_1, maka loyalitas nasabah akan turun dengan anggapan X_2 tetap. Nilai koefisien regresi (b_2) yang positif menunjukkan adanya hubungan searah antara variabel loyalitas nasabah di BTM Surya Madinah Tulungagung, artinya jika setiap penambahan 1 satuan X_2, kualitas produk akan meningkatkan lopyalitas nasabah dan begitu sebaliknya dengan anggapan X_1 tetap, dan Nilai koefisien regresi (b_3), nilai (b_3) yang positif menunjukkan adanya hubungan searah antara variabel loyalitas nasabah di BTM Surya Madinah Tulungagung, artinya jika setiap penambahan 1 satuan X_3, kepuasan nasabah akan meningkatkan loyalitas nasabah dan sebaliknya juga begitudengan anggapan X_1 tetap.