

## **BAB V**

### **PEMBAHASAN**

Setelah peneliti melakukan pengambilan data primer yang diperoleh dari data nasabah BMT Istiqomah Karangrejo tahun 2016-2017, wawancara dengan nasabah, dan hasil pengolahan kuesioner. Kemudian peneliti mengolah data hasil kuesioner dan pengolahan data tersebut menggunakan aplikasi *SPSS 16.0*.

#### **A. Pengaruh Religiusitas terhadap Loyalitas Nasabah Pembiayaan *Murabahah***

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel religiusitas berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah pembiayaan *murabahah* di BMT Istiqomah Karangrejo Tahun 2016. Terbukti dengan pengujian yang dilakukan menunjukkan bahwa  $T_{hitung}$  nilainya sebesar 2,789. Sementara itu, untuk  $T_{tabel}$  dengan taraf signifikansi 0,05 diperoleh nilai 1,988. Sehingga perbandingan keduanya menunjukkan bahwa  $T_{hitung}$  lebih besar dari pada  $T_{tabel}$  atau  $2,789 > 1,988$ . Untuk nilai signifikansi  $t$  untuk variabel religiusitas adalah 0,006 dan nilai tersebut lebih kecil dari probabilitas 0,05 atau  $0,006 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak yang berarti variabel religiusitas berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas nasabah pembiayaan *murabahah*.

Dengan melihat koefisien regresi, terlihat bahwa variabel religiusitas memberikan pengaruh yang paling besar terhadap loyalitas nasabah pembiayaan *murabahah*. Hal ini dapat ditunjukkan di tabel *coefficients* pada

kolom *Unstandardized Coefficients B*, yakni nilai koefisien regresi dari variabel religiusitas paling besar yaitu 0,343. Koefisien regresi variabel religiusitas (X1) sebesar 0,343 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% loyalitas nasabah pembiayaan *murabahah*, maka variabel religiusitas akan meningkatkan loyalitas nasabah pembiayaan *murabahah* sebesar 0,343 atau 34,3%. Dan sebaliknya, jika variabel religiusitas menurun 1% maka loyalitas nasabah pembiayaan *murabahah* akan diprediksi mengalami penurunan sebesar 0,343 atau 34,3% dengan anggapan X2 tetap.

Penelitian ini didukung oleh penelitian Desy Fatmawati yang berjudul pengaruh pendapatan, religiusitas, dan informasi terhadap intensi menabung di Bank Syariah pada kalangan santri mahasiswa PP. Wahid Hasyim di Sleman.<sup>88</sup> Menyatakan bahwa nilai signifikansi dari variabel religiusitas sebesar 0,025. Nilai tersebut lebih kecil dari taraf signifikansi yaitu 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi menabung di bank syariah pada santri mahasiswa PP. Wahid Hasyim. Hasil *marginal effect* menunjukkan bahwa besarnya nilai koefisien variabel religiusitas adalah 0,0156. Hal ini berarti setiap peningkatan religiusitas pada kategori sangat tinggi akan meningkatkan probabilitas intensi santri mahasiswa untuk menabung di bank syariah sebesar 1,56%.

---

<sup>88</sup> Desy Fatmawati, *Pengaruh Pendapatan, Religiusitas, dan Informasi Terhadap Intensi Menabung di Bank Syariah Pada Kalangan Santri Mahasiswa Pondok Pesantren Wahid Hasyim Di Sleman*, Skripsi (Universitas Negeri Yogyakarta, 2015), diakses pada tanggal 30 April 2018.

Penelitian lain yang mendukung yaitu penelitian oleh Riska Kumalasari yang berjudul *Pengaruh Locus of Control, dan Religiusitas terhadap Etos Kerja Karyawan di Baitul Mal Wat Tamwil (BMT) Tulungagung*. Bahwa berdasarkan hasil analisis dan pembahasan serta pengujian hipotesis yang dilakukan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu: hasil koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,634 hasil analisis ini menunjukkan bahwa kontribusi variabel *locus of control* (X1) dan religiusitas (X2) terhadap Etos Kerja Karyawan (Y) sebesar 63,4%, sedangkan sisanya 36,6% dipengaruhi oleh variabel lain.<sup>89</sup>

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa religiusitas memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pembiayaan *murabahah*. Faktor utama nasabah mempertahankan hubungannya atau tetap loyal pada BMT Istiqomah Karangrejo adalah ketaatan mereka terhadap prinsip syariah. Hal ini menunjukkan bahwa penilaian atas baik buruknya kebenaran penerapan nilai-nilai Islam dalam operasional BMT Istiqomah Karangrejo akan memiliki pengaruh besar terhadap loyalitas.

## **B. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah Pembiayaan *Murabahah***

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah pembiayaan *murabahah* di BMT Istiqomah Karangrejo Tahun 2016. Terbukti dengan pengujian yang dilakukan menunjukkan bahwa  $T_{hitung}$  nilainya sebesar 0,430.

---

<sup>89</sup> Riska Kumalasari, *Pengaruh Locus of Control, dan Religiusitas terhadap Etos Kerja Karyawan di Baitul Mal Wat Tamwil (BMT) Tulungagung*, Skripsi (IAIN Tulungagung, 2018), diakses pada tanggal 02 Mei 2018

Sementara itu, untuk  $T_{\text{tabel}}$  dengan taraf signifikansi 0,05 diperoleh nilai 1,988. Dengan kata lain  $T_{\text{hitung}}$  untuk variabel kualitas pelayanan sebesar  $0,430 < 1,988$ , maka  $H_0$  diterima artinya variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pembiayaan *murabbahah*. Untuk nilai signifikansi t untuk variabel kualitas pelayanan adalah 0,669 dan nilai tersebut lebih besar dari probabilitas 0,05 atau  $0,669 > 0,05$ , maka  $H_0$  diterima yang berarti variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap variabel loyalitas nasabah pembiayaan *murabbahah*.

Dengan melihat koefisien regresi variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) sebesar 0,027, menyatakan bahwa setiap penambahan 1% loyalitas nasabah pembiayaan *murabbahah*, maka variabel kualitas pelayanan akan menurunkan loyalitas nasabah pembiayaan *murabbahah* sebesar 0,027 atau 2,7% . Dan sebaiknya, jika variabel kualitas pelayanan menurun 1% maka loyalitas nasabah pembiayaan *murabbahah* akan diprediksi mengalami peningkatan sebesar 0,027 atau 2,7% dengan anggapan  $X_1$  tetap.

Hasil penelitian tersebut berbeda dengan penelitian Putri Wahyu Anisa yang berjudul pengaruh kualitas pelayanan dan motivasi anggota terhadap loyalitas anggota di koperasi simpan pinjam (KSP) Setia Kawan.<sup>90</sup> Menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien garis yang positif dan nilai signifikansi kurang dari 0,05. Yang artinya, semakin baik kualitas pelayanan maka semakin tinggi pula loyalitas anggota di KSP

---

<sup>90</sup> Putri Wahyu Anisa, *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Motivasi Anggota terhadap Loyalitas Anggota di Koperasi Simpan Pinjam (KSP) Setia Kawan*, Skripsi (Universitas Negeri Yogyakarta, 2016), diakses pada tanggal 30 April 2018

Setia Kawan. Oleh karena itu apabila KSP Setia Kawan ingin meningkatkan loyalitas anggotanya, maka kualitas pelayanan harus terus ditingkatkan. Adapun perbedaan dengan penelitian ini adalah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas anggota hal ini terbukti bahwa nilai signifikansi kurang dari 0,05. Sedangkan pada penelitian ini kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah pembiayaan *murabbahah* di BMT Istiqomah Karangrejo Tahun 2016. Terbukti dengan pengujian yang dilakukan menunjukkan bahwa  $T_{hitung}$  nilainya sebesar 0,430. Sementara itu, untuk  $T_{tabel}$  dengan taraf signifikansi 0,05 diperoleh nilai 1,988.

Penelitian lain yang mendukung yaitu penelitian oleh Nurul Hidayah Filsa Agustiningasih yang berjudul Pengaruh Nisbah Bagi Hasil, Kualitas Layanan dan Promosi terhadap Keputusan Anggota menggunakan Produk di BTM Surya Madinah<sup>91</sup>. Menyatakan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap keputusan anggota menggunakan produk pembiayaan pada BTM Surya Madinah. Hal ini ditunjukkan bahwa nilai signifikansi > dari 0,05 dan  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , sementara nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,684 (dari perhitungan  $n-1 = 40 - 1 = 39$ , dengan nilai  $\alpha = 0,05$ , ini berarti bahwa  $t_{hitung}$  kualitas layanan (0,335) <  $t_{tabel}$  (1,684).

---

<sup>91</sup> Nurul Hidayah Filsa Agustiningasih, *Pengaruh Nisbah Bagi Hasil, Kualitas Layanan dan Promosi terhadap Keputusan Anggota menggunakan Produk di BTM Surya Madinah*, Skripsi (IAIN Tulungagung, 2018), diakses pada tanggal 02 Mei 2018

**C. Pengaruh Religiusitas dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah Pembiayaan *Murabahah***

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa religiusitas dan kualitas pelayanan nasabah berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap loyalitas nasabah pembiayaan *murabahah* di BMT Istiqomah Karangrejo Tahun 2016. Hal ini dapat dilihat dan dibuktikan dengan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 3,917. Sementara  $F_{tabel}$  untuk signifikansi 0,05 > 3,10, maka  $H_0$  ditolak yang artinya religiusitas dan kualitas pelayanan berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap loyalitas nasabah pembiayaan *murabahah* di BMT Istiqomah Karangrejo.

Hasil tersebut dikuatkan dengan probabilitas 0,024. Karena probabilitas kurang dari batas probabilitas yakni 0,05 atau 5%. Maka  $H_0$  ditolak, jadi secara bersama-sama (simultan) religiusitas dan kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas nasabah pembiayaan *murabahah* di BMT Istiqomah Karangrejo.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Desy Fatmawati<sup>92</sup> dan Riska Kumalasari<sup>93</sup> dengan hasil yang menyatakan bahwa menunjukkan dari hasil pengujian yang dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS terbukti bahwa religiusitas memiliki pengaruh yang signifikan dan juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan

---

<sup>92</sup> Desy Fatmawati, *Pengaruh Pendapatan, Religiusitas, dan Informasi Terhadap Intensi Menabung di Bank Syariah Pada Kalangan Santri Mahasiswa Pondok Pesantren Wahid Hasyim Di Sleman*, Skripsi (Universitas Negeri Yogyakarta, 2015), diakses pada tanggal 30 April 2018.

<sup>93</sup> Riska Kumalasari, *Pengaruh Locus of Control, dan Religiusitas terhadap Etos Kerja Karyawan di Baitul Mal Wat Tamwil (BMT) Tulungagung*, Skripsi (IAIN Tulungagung, 2018), diakses pada tanggal 02 Mei 2018

oleh Nurul Hidayah Filsa Agustiningsih<sup>94</sup> dengan hasil yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan.

---

<sup>94</sup> Nurul Hidayah Filsa Agustiningsih, *Pengaruh Nisbah Bagi Hasil, Kualitas Layanan dan Promosi terhadap Keputusan Anggota menggunakan Produk di BTM Surya Madinah*, Skripsi (IAIN Tulungagung, 2018) , diakses pada tanggal 02 Mei 2018