

**LAYANAN DAN PENGARUHNYA TERHADAP
LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH MANDIRI
KOTA PALOPO**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana
Ekonomi Syariah (SE.Sy) Pada Prodi Ekonomi Syariah
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo

Oleh,

FAISAL PODO
NIM 11.16.4.0064

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
2016

**LAYANAN DAN PENGARUHNYA TERHADAP
LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH MANDIRI
KOTA PALOPO**



IAIN PALOPO

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana
Ekonomi Syariah (SE.Sy) Pada Prodi Ekonomi Syariah
Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo

Oleh,

**FAISAL PODO
NIM 11.16.4.0064**

Dibawa bimbingan:

1. Dr. Ahmad Syarief Iskandar, SE.,MM.
2. Muzayyanah Jabani, ST.,MM.

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PALOPO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

2016

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul *Layanan dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Palopo* yang ditulis oleh **Faisal Podo** Nomor Induk Mahasiswa (NIM) **11.16.4.0064**, Mahasiswa program studi Ekonomi Syari'ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari senin , tanggal 20 juni 2016, bertepatan dengan **15 Ramadhan 1437 H** telah diperbaiki sesuai dengan catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar sarjana Ekonomi Syari'ah (SE, Sy).

Tim penguji

- | | | | |
|--|-------------------|---|---|
| 1. Dr. Hj. Ramlah Makkulase, MM | Ketua Sidang | (|) |
| 2. Dr. Takdir, MH | Sekretaris Sidang | (|) |
| 3. Zainuddin S.,SE.,M.Ak | Penguji I | (|) |
| 4. Dr. H. Muammar Arafat, SH., MH | Penguji II | (|) |
| 5. Dr. Ahmad Syarief Iskandar, SE., MM | Pembimbing I | (|) |
| 6. Muzayyanah Jabani, ST.,MM | Pembimbing II | (|) |

Mengetahui:

Ketua Program Studi
Ekonomi Syari'ah

Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Islam

Ilham, S.Ag., MA
NIP. 197310112003121003

Dr. Hj. Ramlah M., MM
NIP.19611020819994032001

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Faisal Podo

NIM : 11.16.4.0064

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Prodi : Ekonomi Syariah

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, bukan duplikasi dari tulisan / kara orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau karya pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri, selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya.

Demikian pernyataan ini saya buat sebagaimana mestinya, bila di kemudian hari ternyata pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Palopo, 15 Juni 2016

Yang membuat pernyataan

FAISAL PODO
NIM.11.16.4.0064

PRAKATA



إِنَّ الْحَمْدَ لِلَّهِ نَحْمَدُهُ وَنَسْتَغِيثُهُ وَنَسْتَغْفِرُهُ وَنَعُوذُ بِاللَّهِ
مِنْ شُرُورِ أَنْفُسِنَا وَمِنْ سَيِّئَاتِ أَعْمَالِنَا مَنْ يَهْدِهِ اللَّهُ فَلَا مُضِلَّ لَهُ وَمَنْ يَضِلَّ فَلَا
هَادِيَ لَهُ اللَّهُمَّ صَلِّ وَسَلِّمْ عَلَى مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَأَصْحَابِهِ وَمَنْ تَبِعَهُمْ بِإِحْسَانٍ إِلَى يَوْمِ الدِّينِ

Segala bentuk kesyukuran kita kembalikan kepada Allah SWT. Jika saja nikmat yang diberikan kepada manusia itu dicatat satu persatu, maka niscaya tidak akan cukup pepohonan sebagai penanya dan tidak akan cukup air yang ada di lautan sebagai tintanya. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW., keluarga, sahabat, serta para pengikutnya hingga akhir zaman.

Untuk itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa syukur dan terima kasih pada semua pihak yang telah turut dalam penyelesaian skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Dr. Abdul Pirol, M.Ag. selaku rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo.
2. Wakil Rektor I, Dr. Rustan S, M.Hum. Wakil Rektor II, Dr. Ahmad Syarief Iskandar, S.E.,M.M. Wakil Rektor III, Dr.Hasbi, M.Ag.
3. Dr. Hj. Ramlah Makulasse, M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo, Dr. Takdir, SH.,MH, selaku Wakil Dekan I, Ibu Dr. Rahmawati, M.Ag, selaku Wakil Dekan II, Bapak Dr. Muhammad Tahmid Nur, M.Ag, selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo, dan Bapak Ilham, S.Ag.,M.A, selaku Ketua Prodi Ekonomi Syariah, yang telah banyak memberikan motivasi dalam rangkaian proses perkuliahan sampai akhirnya ke tahap penyelesaian.
4. Bapak Dr. Ahmad Syarief Iskandar,SE., M.M, selaku pembimbing I, dan Ibu Muzayyanah Jabani, ST., M.M, selaku pembimbing II, yang tak bosan-bosannya memberikan bimbingan dan motivasi dalam penulisan skripsi ini.
5. Seluruh *Stakeholder* yang ada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo mulai dari Dekan, Wakil Dekan, Ketua Prodi, dosen, dan semua staf, utamanya adalah **Ibu Oda** yang sangat sabar melayani peneliti dengan penuh senyuman. Semoga Allah memberikan barokah kepada kalian semua.
6. Kedua orang tua tercinta Ayahanda **Rajak Podo** dan Ibunda tercinta **Farida** yang telah bersusah payah mengasah dan mendidik penulis dengan cinta kasihnya serta

pengorbanan , baik secara lahir, batin, moril, dan materil sampai saat ini. Terhusus buat kakak tercinta **Ahmad Podo, Rahmad Podo, Fadli podo**, dan adik ku **Ramang Podo**, semua ini ku persembahkan untuk kalian. Semoga kalian bangga dengan ini.

7. Segenap teman-teman yang telah banyak membantu, **Nurlaela, SE.,Sy, Aggusalim Daliman, SE.,Sy, Rais, Agus Abdul Aziz, Candra, Eno Suhamdani, M. Taufikkurrahman, Asis, Andi Zulkifli, Fandi Ahmad, Heri Kiswanto**, teman-teman EKIS A&B 2011 tanpa terkecuali. Dan semua pihak yang telah turut adil dalam penyelesaian skripsi ini.

Sebagai penutup penulis mengharapkan saran dan kritik dari pembaca demi terwujudnya kesempurnaan skripsi ini. Semoga ilmu yang penulis peroleh bermanfaat bagi masyarakat, Agama, Bangsa, dan Negara, Aamiin.....



Palopo, 15 Juni 2016

Faisal Podo
NIM: 11.16.4.0064

DAFTAR ISI

	<i>Halaman</i>
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iv
NOTA DINAS PEMBIMBING	v
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
E. Defenisi Operasional.....	4
BAB II TINJAUAN KEPUSTAKAAN	7
A. Penelitian Terdahulu yang Relevan	7
B. Kajian Pustaka.....	9

1. Pengertian Bank Syariah	9
2. Kualitas Pelayanan	13
3. Loyalitas Nasabah	15
4. Kepuasan Nasabah	19
C. Kerangka Pikir	22
D. Hipotesis.....	23
BAB III METODE PENELITIAN	25
A. Desain Penelitian.....	25
B. Lokasi Penelitian.....	26
C. Sumber Data.....	26
D. Variabel Penelitian	27
E. Populasi dan Sampel	27
F. Metode Pengumpulan Data.....	28
G. Teknik Analisis Data.....	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	33
A. Gambaran Umum Hasil Penelitian.....	33
B. Deskripsi Karakteristik Responden.....	35
C. Deskripsi Variabel Penelitian.....	39
D. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	49
E. Uji Multikolonieritas.....	57
F. Uji Heteroskedatisitas	58
G. Uji Autokorelasi	59
H. Uji Hipotesis	60
I. Uji Regresi Linier Berganda	63
BAB V PENUTUP.....	65
A. Kesimpulan	65

B. Saran-Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	67



DAFTAR TABEL

Halaman

1. Perbedaan Perbankan Syariah Dengan Perbankan Konvensional.....	10
2. Gradasi Skala likert	30
3. Deskripsi Jawaban Responden atas Variabel Wujud Fisik	39
4. Deskripsi Jawaban Responden atas Variabel Empaty.....	41
5. Deskripsi Jawaban Responden atas Variabel Keandalan.....	42
6. Deskripsi Jawaban Responden atas Variabel Daya Tanggap	44
7. Deskripsi Jawaban Responden atas Variabel Jaminan.....	46
8. Deskripsi Jawaban Responden atas Variabel Loyalitas Nasabah	48
9. Hasil Uji Validitas X1	50
10. Hasil Uji Validitas X2.....	51
11. Hasil Uji Validitas X3.....	52
12. Hasil Uji Validitas X4.....	53
13. Hasil Uji Validitas X5.....	54
14. Hasil Uji Validitas Y.....	55
15. Hasil Uji Reabilitas	56
16. Hasil Uji Multikolonieritas	57
17. Hasil Uji Heteroskedatisitas.....	58
18. Ketentuan Durbin-Watson	60
19. Hasil Uji Autokorelasi Durbin Watson.....	60
20. Hasil Output Uji t.....	61

21. Hasil Output Uji F	63
22. Hasil Uji Regresi Linier Berganda	64

Daftar Gambar

1. Fungsi Bank Syariah	13
2. Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri	35
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	37
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	38



ABSTRAK

FAISAL PODO, 2016. Layanan dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Palopo. Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo. Pembimbing Dr. Ahmad Syarief Iskandar, SE.,M.M. dan Muzayyanah Jabani, ST., M.M.

Kata Kunci: Loyalitas, Nasabah

Dalam penelitian ini adalah pengaruhnya terhadap loyalitas nasabah terhadap bank syariah mandiri kota palopo.

Dalam penelitian ini menggunakan penelitian lapangan, dengan meneliti langsung pada objek, yaitu nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Palopo. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, populasi dalam penelitian adalah nasabah bank syariah mandiri kota palopo berjumlah 3.600 orang, dengan penarikan sampel 100 orang yang diberikan angket. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah teknik (*probability sampling*) pengambilan sampel acak sederhana (*random sample*). Instrumen yang digunakan adalah angket (kuosioner) dengan 23 butir pernyataan yang disajikan dalam bentuk skala likert.

Hasil penelitian dan pengolahan data yang diperoleh adalah variabel bebas X1 (Wujud fisik) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y (Loyalitas Nasabah) sedangkan empat variabel bebas lainnya yaitu X2 (Empaty), X3 (Keandalan), X4 (Daya Tanggap), X5 (Jaminan) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variable Y (Loyalitas Nasabah), ini dibuktikan dengan menggunakan uji t dimana variabel wujud fisik mempunyai t hitung 3,847 lebih besar dari nilai t tabel 2,627, sedangkan keempat variabel tersebut mempunyai t hitung empati 0,465, keandalan 0,648, daya tanggap 2,155, dan jaminan 0,166 tidak lebih besar dari nilai t tabel 2,627.

Sedangkan secara simultan variabel bebas, X1 (Wujud Fisik), X2 (Empaty), X3 (Keandalan), X4 (Daya Tanggap) dan X5 (Jaminan) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat Y (Loyalitas Nasabah), ini dibuktikan dengan menggunakan uji f dimana variabel wujud fisik, empati, keandalan, daya tanggap dan jaminan mempunyai f hitung 5,217 lebih besar dari f tabel 1.93.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang Masalah

Dunia perbankan di Indonesia dewasa ini mengalami persaingan antara bank yang semakin tajam. Persaingan dalam dunia perbankan bukan hanya berasal dari pesaing dalam negeri tetapi juga pesaing dari luar negeri, sehingga jajaran perbankan kita perlu lebih tangkas dan tanggap dalam menghadapinya. Salah satu tantangan terbesar dalam bisnis di era global seperti saat ini adalah menciptakan dan mempertahankan kepuasan serta loyalitas nasabah, karena tidak ada perusahaan yang mampu bertahan dalam jangka panjang tanpa adanya kepuasan dan loyalitas dari nasabah.

Bank syariah dikembangkan pada awalnya sebagai suatu respon dari kelompok ekonomi dan praktisi perbankan muslim yang berupaya mengakomodasi desakan dari berbagai pihak yang menginginkan tersedianya jasa transaksi keuangan yang dilaksanakan sejalan dengan nilai moral dan prinsip-prinsip syariah Islam, utamanya berkaitan dengan riba, kegiatan *maisir* (spekulasi) dan *Gharar* (ketidakjelasan). Bank Islam atau yang di sebut bank syariah adalah bank yang beroperasi dengan tidak menerapkan sistem bunga. Bank Islam atau biasa disebut dengan bank tanpa bunga adalah lembaga keuangan yang operasional dan produknya dikembangkan berdasarkan Alqur'an dan Hadist Nabi Muhammad SAW atau dengan kata lain, Bank Islam adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa lainnya dalam lalu lintas

pembayaran serta peredaran uang yang pengoperasiannya di sesuaikan dengan prinsip syari'ah Islam.¹

Pendirian Bank Syariah Mandiri (BSM) menjadi pertarungan bagi banker syariah. Bila BSM berhasil, maka bank syariah di Indonesia dapat berkembang. Sebaliknya, bila BSM gagal, maka besar kemungkinan bank syariah di Indonesia akan gagal. Hal ini disebabkan karena BSM merupakan bank syariah yang didirikan oleh bank BUMN milik pemerintah. Ternyata BSM dengan cepat mengalami perkembangan. Pendirian bank syariah mandiri di ikuti oleh pendirian beberapa bank syariah atau unit usaha syariah lainnya.²

Loyalitas nasabah adalah hal yang mutlak bagi bank yang menginginkan tetap eksis dalam usahanya. Mencari nasabah baru adalah hal yang sulit, namun jauh lebih sulit adalah mempertahankan nasabah lama. Memperebutkan loyalitas nasabah merupakan kunci terpenting untuk memenangkan persaingan. Loyalitas nasabah merupakan puncak pencapaian pelaku bisnis perbankan. Nasabah yang puas dan setia tidak akan ragu untuk menjadi penyebar kabar baik yang selalu menyebarkan kebaikan mengenai produk perbankan yang dikonsumsi. Mereka memiliki kredibilitas yang tinggi, karena tidak dibayar oleh pihak manapun untuk merekomendasikan produk atau merek perbankan tersebut. Mempertahankan nasabah yang loyal memang harus mendapatkan prioritas yang utama dari pada mendapatkan nasabah baru, karena untuk merekrut atau mendapatkan nasabah

¹ Hasrida Kadir, “*Pengaruh Pelayanan Customer Service Terhadap Loyalitas nasabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Palopo*”, skripsi, (Palopo, STAIN Palopo 2014), h.1-2

² Ismail, *Perbankan Syariah*, (Cet 1; Jakarta:Kencana, 2011), h. 32

baru bukanlah hal yang mudah karena akan memerlukan biaya yang banyak, maka sangatlah rugi bila perusahaan melepas nasabah yang telah loyal secara begitu saja. Untuk memenuhi kepuasan nasabah pada industri perbankan, kualitas pelayanan sangat penting bagi perusahaan untuk di kelola dengan baik agar memenuhi keinginan nasabah. Perusahaan yang gagal memenuhi kebutuhan, keinginan, selera dan proses keputusan beli konsumen akan mengalami kegagalan dalam pemasaran dan penjualannya, sehingga akan gagal juga dalam kinerja keseluruhannya.

Dalam menciptakan dan meningkatkan loyalitas nasabah, sedikitnya ada lima faktor yang di jelaskan oleh Anwar Lyndon Saputra yaitu *Tangible* (wujud fisik) Demensi ini merupakan aspek perusahaan yang mudah terlihat dan ditemui pelanggan, demensi ini berkaitan dengan fasilitas fisik, peralatan, teknologi dan penampilan karyawan. (2) *Empathy* (Empati) yaitu meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan dengan konsumen, komunikasi yang baik, perhatian dan memahami pelanggan. (3) *Reliability* (keandalan) merupakan kemampuan perusahaan menyampaikan jasa yang akurat dan konsisten, dimensi ini berkaitan dengan kemampuan menyediakan pelayanan sesuai dengan disajikan, sikap simpatik, ketepatan waktu pelayanan, sistem pencatatan yang akurat. (4) *Responsiveness* (Daya tanggap) merupakan kemauan untuk memberikan pelayanan dan membantu pelanggan dengan segera, dimensi ini terlihat pada kecepatan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, keinginan karyawan untuk membantu para pelanggan. (5) *Assurance* (Jaminan) adalah kompetensi, sopan

santun, kredibilitas, dan keamanan membantu keyakinan pelanggan bahwa ia akan mendapatkan jasa yang diharapkan.

Atas dasar latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk mengangkat judul “LAYANAN DAN PENGARUHNYA TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH MANDIRI KOTA PALOPO”

B. Rumusan Masalah

1. Adakah pengaruh, wujud fisik (*Tangible*), empati (*Empathy*), keandalan (*Reliability*), daya tanggap (*Responsiveness*) dan jaminan (*Assurance*) secara parsial terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri.
2. Adakah pengaruh wujud fisik (*tangible*), empaty (*empathy*), keandalan (*Reliability*), daya tanggap (*Responsiveness*), dan jaminan (*Assurance*) secara simultan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri.

C. Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Mengetahui adakah pengaruh faktor wujud fisik (*Tangible*), empati (*Empathy*), keandalan (*Reliability*), daya tanggap (*Responsiveness*) dan jaminan (*Assurance*) secara persial terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri.
2. Mengetahui Adakah pengaruh wujud fisik (*tangible*), empaty (*empathy*), keandalan (*Reliability*), daya tanggap (*Responsiveness*), dan jaminan (*Assurance*) secara simultan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi :

a. Peneliti

Penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai alat untuk mengimplikasikan ilmu yang telah diperoleh di perguruan tinggi dan menambah pengetahuan serta studi kepustakaan dalam bidang pelayanan khususnya dalam bidang perbankan.

b. Akademik

Hasil Penelitian ini dapat dijadikan daftar bacaan untuk menambah pengetahuan dan wawasan, khususnya, akademik di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis IAIN Palopo.

E. Definisi operasional

Skripsi ini berjudul “Layanan dan pengaruhnya terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Palopo” maka sangat penting untuk mendefinisikan operasional variabel agar tidak terjadi kesalahan agar memudahkan penelitian.

Proses pemenuhan kebutuhan nasabah terhadap Bank Syariah Mandiri dengan beberapa alat atau variabel. Dalam penelitian adalah sebagai berikut :

1. Wujud Fisik (*tangible*)
2. Empaty (*empathy*)
3. Keandalan (*Reliability*)
4. Daya Tanggap (*Responsiveness*)
5. Jaminan (*Assurance*)

Loyalitas adalah kesetiaan nasabah terhadap Bank Syariah Mandiri

Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lain dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Bank syariah merupakan bank yang kegiatannya mengacu pada hukum islam, dan dalam kegiatannya tidak membebankan bunga maupun tidak membayar bunga kepada nasabah.

Nasabah adalah orang yang menyimpan dananya di Bank Syariah Mandiri.

Adapun indikatornya :

- a. Wujud fisik : Nyaman, Penampilan karyawan, Fasilitas memadai.
- b. Empati : Memahami kebutuhan dan kepentingan, perhatian dan kesabaran, menghargai dan mengerti keluhan nasabah.
- c. Keandalan : Pelayanan maksimal, cepat dan tepat, simpatik, waktu pelayanan sesuai dengan janji.
- d. Daya tanggap : Memberikan informasi lengkap, menyelesaikan keluhan dengan cepat, pelayanan cepat dan tanggap, membantu kesulitan nasabah.
- e. Jaminan : Dapat menjawab pertanyaan dengan baik, sopan dan ramah, transaksi dapat dipercaya
- f. Loyalitas nasabah: menggunakan jasa bank secara rutin, merekomendasikan kepada orang lain, tidak melakukan akses dengan bank lain.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian terdahulu digunakan oleh peneliti sebagai bahan perbandingan dan acuan. Selain itu untuk menghindari anggapan kesamaan dengan penelitian ini.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Andi Julita dengan judul “ *Analisis Pengaruh Citra, Pelayanan, Kepercayaan terhadap Loyalitas nasabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Palopo*” dalam penelitian ini diantara Citra Bank, Pelayanan dan kepercayaan secara statistik dapat disimpulkan bahwa variabel pelayanan terdapat hubungan secara persial/ individu terhadap loyalitas nasabah pada bank syariah cabang kota palopo. Maka variabel yang paling dominan adalah variabel pelayanan.¹
2. Penelitian yang dilakukan oleh Arianti Sunarno dengan judul “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Frontliner terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank BTN Syariah Cabang Bandung*” dalam penelitian tersebut hasil yang diperoleh adalah Kualitas pelayanan *frontliner* secara keseluruhan memiliki rata-rata sebesar 3,82 menunjukan klasifikasi baik. Loyalitas nasabah pada Bank BTN Syariah Cabang Bandung secara keseluruhan memiliki rata-rata 3,4 artinya Loyalitas nasabah bank BTN Syariah di nilai cukup baik. Hasil pengaruh

¹ Andi Julita, *Analisis Pengaruh Citra, Pelayanan, Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Palopo*, Skripsi, (Palopo, STAIN Palopo, 2014), h. 61-62

tinggi kualitas pelayanan *frontliner* terhadap loyalitas nasabah yaitu sebesar 78,8 %.²

3. Penelitian yang dilakukan oleh Hasrida Kadir dengan judul “*pengaruh pelayanan customer service terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Palopo*” hasil yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu pelayanan *customer service* Bank Syariah Mandiri Cabang Palopo memuaskan, cepat, akurat, dalam melayani nasabah serta fokus dalam menghadapi nasabah yang memiliki keluhan. Dari hasil pengujian hipotesis menunjukan bahwa pelayanan yang diberikan *customer service* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas mahasiswa STAIN Palopo.³

Penelitian di atas merupakan salah satu acuan penulis, namun dalam penulisan terdapat banyak perbedaan, dari beberapa penelitian terdahulu dapat dilihat perbedaan, baik dari segi judul, analisis, dan variable penelitian dalam penelitian kali ini peneliti hanya fokus pada, layanan dan pengaruhnya terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Palopo.

Dalam penelitian kali ini, penulis meneliti sejauh mana layanan dan pengaruhnya terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Palopo dalam menggunakan metode deskripsi Kuantitatif dan analisis regresi berganda.

² Ariyanti Sunarno, *Pengaruh kualitas pelayanan frontliner terhadap loyalitas nasabah pada Bank BTN Syariah Cabang Bandung*, Skripsi, (Universitas Islam Bandung, 2011), h. 140-141

³ Hasrida Kadir, Op.cit, h. 63

B. Tinjauan Pustaka

1. Pengertian Bank syariah

“Bank syariah” adalah istilah yang dipakai di Indonesia untuk menyatakan suatu jenis bank yang dalam pelaksanaannya berdasarkan pada prinsip syariah,. Namun, “Bank Islam” (*Islamic bank*) adalah istilah yang digunakan secara luas dinegara lain untuk menyebutkan bank dengan prinsip syariah, disamping ada istilah lain untuk menyebut bank islam diantaranya *interest free bank*, *lariba bank*, dan *shari'a bank*.

Bank syariah atau bank Islam adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam. Bank ini tata cara beroprasinya mengacu kepada ketentuan-ketentuan Al-Qur'an dan Hadis.

Bank yang beroperasinya sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam adalah bank yang dalam beroperasinya itu mengikuti ketentuan-ketentuan syariah Islam, khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalah secara Islam.⁴

Menurut UU No. 21 Tahun 2008 Pasal 1 ayat (1) perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Dalam Pasal 1 ayat (7) Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah disebutkan bahwa Bank Syariah yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip-prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Dalam Pasal 1 ayat (12), menyebutkan bahwa prinsip syariah adalah prinsip

⁴ Ruslan Abdullah dan Fasiha Kamal, *Pengantar Islamic Economics*, (Makasar :Lambung Informasi Pendidikan LIPa, 2013), h. 100-101

hukum Islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa di bidang syariah.⁵

Tabel 2.1

Perbedaan antara Bank Syariah dan Bank Konvensional.

No.	Bank Syariah	No.	Bank Konvensional
1	Investasi hanya untuk proyek dan produk yang halal dan menguntungkan.	1	Investasi, tidak mempertimbangkan halal atau haram asalkan proyek yang di biyayai menguntungkan.
2	Return yang dibayar dan/ atau diterima berasal dari bagi hasil atau pendapatan lainnya berdasarkan prinsip syariah.	2	Return baik yang dibayar kepada nasabah penyimpan dana dari return yang diterima dari nasabah pengguna dana berupa bunga.
3	Perjaanjian yang dibuat dalam bentuk akad sesuai dengan syariah islam	3	Perjanjian menggunakan hokum positif.
4	Orientasi pembiayaan, tidak hanya untuk keuntungan akan tetapi juga falah oriented, yaitu berorientasi pada kesejahteraan masyarakat	4	Orientasi pembiyaan, untuk memperoleh keuntungan atas dana yang dipinjamkan.
5	Hubungan antara bank dan nasabah adalah mitra.	5	Hubungan antara bank dan nasabah adalah kreditor dan debitur.
6	Dewan pengawas terdiri dari BI, Bapepam, Komisaris, dan Dewan pengawas Syariah.	6	Dewan pengawas terdiri dari BI, Bapepam, dan Komisaris.
7	Penyelesain sengketa, diupayakan diselesaikan secara musyawara antara bank dan nasabah, melalui peradilan agama.	7	Penyelesaian sengketa melalui pengadilan negeri setempat.

Sumber : Ismail, h. 38

⁵ Sumar'in, *Konsep Kelembagaan Bank Syariah*, (Yogyakarta, Graha Ilmu, 2012), h. 50

Sejarah bank syariah di Indonesia lahir pada 1992. Bank syariah di Indonesia ialah bank muamalat Indonesia, perkembangan bank muamalat Indonesia masi tergolong pada tahun 1992 hingga 1999. Namun sejak adanya krisis moneter yang melanda Indonesia pada tahun 1997 dan 1998, maka para banker melihat bank melihat bahwa bank muamalat Indonesia (BMI) tidak terlalu kena dampak krisis moneter. Pada tahun 1999 berdirilah bank syariah mandiri yang merupakan konversi dari bank susila bakti. Bank susilah bakti tersebut merupakan bank konvensional yang dibeli oleh bank dagang Negara, yang kemudia dikonversi jadi bank syariah mandiri, bank syariah kedua di Indonesia.

Pendirian Bank Syariah Mandiri (BSM) menjadi pertaruhan bank syariah. Bilah bank syariah berhasil, maka bank syariah di Indonesia dapat berkembang sebaliknya bila bank syariah mandiri gagal maka besar kemungkinan bank syariah di Indonesia akan gagal. Hal ini disebabkan karena bank syariah mandiri merupakan bank syariah yang didirikan oleh BUMN milik pemerintah. Ternyata bank syariah mandiri dengan cepat mengalami perkembangan. Dengan pendirian bank syariah mandiri ini kemudian diikuti oleh pendirian beberapa bank syariah atau unit usaha lainnya.⁶

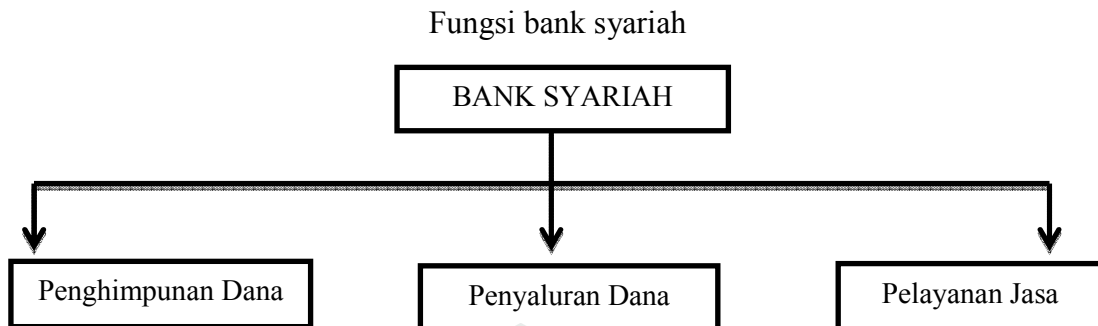
Sebagai sebuah lembaga keuangan, pada bank syariah adalah lembaga keuangan yang menjalankan peranannya untuk menjadi lembaga intermediasi antara pemilik modal dan pengusaha. Untuk hadirnya bank syariah dianggap sangat mempunyai peranan penting dalam pergerakan pertumbuhan ekonomi. Adapun tujuan normative dibentuknya lembaga keuangan syariah sebagai berikut :

⁶ <http://www.pengertianpakar.com/2015/02/pengertian-fungsi-dan-sejarah-bank.html#> di akses Tanggal 4 Juni 2015

1. Menggarahkan kegiatan ekonomi umat untuk bermuamalah secara Islam, khususnya muamalah yang berhubungan dengan perbankan, agar terhindar dari praktek-praktek riba atau jenis-jenis usaha/ perdagangan unsur lain yang mengandung unsur *gharar* (tipuan) dimana jenis-jenis usaha tersebut selain dilarang dalam Islam, juga telah menimbulkan dampak negative terhadap ekonomi umat.
2. Untuk menciptakan suatu keadilan dibidang ekonomi, dengan jalan meratakan pendapatan melalui kegiatan investasi, agar tidak terjadi kesenjangan yang amat besar antara pemilik modal (orang kaya) dengan pihak yang membutuhkan dana (orang miskin).
3. Untuk meningkatkan kualitas hidup umat, dengan jalan membuka peluang berusaha yang lebih besar terutama kepada kelompok miskin yang di arahkan kepada kegiatan usaha yang produktif, menuju terciptanya kemandirian berusaha (berwirausaha).
4. Untuk menjaga kestabilan ekonomi/ moneter pemerinta
5. Untuk menyelamatkan ketergantungan umat Islam terhadap bank non Islam (konvensional) yang menyebabkan umat Islam tidak dapat melaksanakan ajaran agamanya secara penuh terutama bidang kegiatan bisnis dan perekonomian.⁷

⁷ Sumar'in, Op.cit, h. 53

Gambar 2.1



Bank syariah memiliki tiga fungsi, yang pertama yaitu fungsi bank syariah untuk menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dan investasi, yang kedua yaitu fungsi bank syariah untuk menyalurkan dana dari masyarakat yang membutuhkan dana dari bank, dan terakhir yaitu fungsi bank syariah untuk memberikan pelayanan dalam bentuk jasa perbankan syariah.⁸

2. *Kualitas pelayanan*

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen.

Kualitas adalah ukuran dari cara kerja produk kita dalam hubungannya dengan kebutuhan konsumen, itu hanya merupakan salah satu aspek dari

⁸ Ismail, Op.cit, h.39

pelayanan kepada konsumen, pelayanan nasabah meliputi semua kebutuhan dan harapan para konsumen.⁹

Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima/ peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan atau inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang terima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.¹⁰

Adapun dimensi kualitas pelayanan yaitu : (1) *Tangible* (wujud fisik) Demensi ini merupakan aspek perusahaan yang mudah terlihat dan ditemui pelanggan, demensi ini berkaitan dengan fasilitas fisik, peralatan, teknologi dan penampilan karyawan. (2) *Empathy* (Empati) yaitu meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan dengan konsumen, komunikasi yang baik, perhatian dan memahami pelanggan. (3) *Reliability* (keandalan) merupakan kemampuan perusahaan menyampaikan jasa yang akurat dan konsisten, dimensi ini berkaitan dengan kemampuan menyediakan pelayanan sesuai dengan disajikan, sikap simpatik, ketepatan waktu pelayanan, sistem pencatatan yang akurat. (4)

⁹ anwar Lyndon saputra, *Raving Fans Menciptakan Pelanggan Fanatik*, (ken Blanchard & Sheldon bowles batam cantre, 2003), h.11

¹⁰ <http://skripsi-manajemen.blogspot.com/2011/02/pengertian-definisi-kualitas-pelayanan.html> di akses tanggal 4 juni 215.

Responsiveness (Daya tanggap) merupakan kemauan untuk memberikan pelayanan dan membantu pelanggan dengan segera, dimensi ini terlihat pada kecepatan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, keinginan karyawan untuk membantu para pelanggan. (5) *Assurance* (Jaminan) adalah kompetensi, sopan santun, kredibilitas, dan keamanan membantu keyakinan pelanggan bahwa ia akan mendapatkan jasa yang diharapkan. Dimensi ini berkaitan dengan kemampuan karyawan untuk menanamkan kepercayaan kepada pelanggan, sikap sopan dan kemampuan karyawan dalam menjawab pertanyaan pelanggan.¹¹

3. *Loyalitas Nasabah*

Secara bahasa loyal berarti setia, sehingga loyalitas diartikan sebagai kesetiaan yang timbul tanpa ada paksaan, tetapi timbul dari kesadaran sendiri. Loyalitas nasabah sebetulnya berasal dari loyalitas merek yang mencerminkan loyalitas nasabah pada merek tertentu, loyalitas nasabah sangat penting untuk dikenali pemasar dalam rangka menentukan strategi yang diperlukan untuk meraih atau memperluas dan mempertahankan pasar.

a. Menurut Sheth dan mittal, loyalitas nasabah adalah komitmen nasabah dalam suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten.¹²

b. Menurut Oliver yaitu Loyalitas adalah komitmen nasabah bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang.

¹¹ Handi Irawan, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta :PT. Elex Media Komputindo, 2002), h. 57-74

¹² Nina Wijayanti, Op.cit, h. 9

c. Menurut Griffin “*loyalty is defined as non random purchase expressed over time by some decision making unit*” berdasarkan definisi tersebut dapat di jelaskan bahwa loyalitas lebih ditujukan kepada suatu perilaku, yang di tunjukan dengan pembelian rutin, didasarkan pada unit pengambilan keputusan.

d. Menurut Hermawan dalam Ratih (2005:126) Loyalitas merupakan manifestasi dari kebutuhan fundamental manusia untuk memiliki, mensupport, mendapatkan rasa aman dan membangun keterikatan serta menciptakan emotional attachment.¹³

Memiliki pelanggan yang loyal adalah tujuan akhir dari semua perusahaan, tetapi kebanyakan dari perusahaan tidak mengetahui bahwa loyalitas nasabah dapat melalui beberapa tahapan, mulai dari mencari calon konsumen potensial sampai dengan *advocate customers* yang akan membawa keuntungan bagi perusahaan. Nasabah yang loyal merupakan aset penting bagi perusahaan, hal ini dapat dilihat dari karakteristik yang di milikinya, sebagaimana diungkapkan Griffin, pelanggan yang loyal memiliki karakteristik sebagai berikut :

1. Melakukan pembelian secara teratur
2. Membeli diluar lini produk/ jasa.
3. Merekomendasikan produk lain.
4. Menunjukan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing.¹⁴

Adapun ciri-ciri pelanggan yang memiliki rasa loyal sebagai berikut :

¹³ <https://hendryza.wordpress.com/2009/01/28/nilai-pelanggan/> di akses Tanggal, 28 Agustus 2015

¹⁴ Ratih Huryati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, (Bandung : Alfabeta, 2010) h.128-130

1. *Makes regular repeat purchase* (melakukan pembelian secara teratur)
2. *Purchase across product and service lines* (melakukan pembelian lini produk yang lainnya dari perusahaan anda).
3. *Refers others* ; (memberikan referensi pada orang lain).
4. *Demonstrates immunity to the pull of the competition* (menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing atau tidak mudah terpengaruh oleh bujukan pesaing).

5. Manfaat loyalitas pelanggan

Menurut Kotler, Hayes, dan Bloom ada enam alasan mengapa perusahaan harus menjaga dan mempertahankan konsumennya :

- 1) Pelanggan yang sudah memiliki prospek yang lebih besar untuk memberikan keuntungan kepada perusahaan.
- 2) Biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam menjaga dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada, jauh lebih kecil daripada mencari pelanggan baru.
- 3) Pelanggan yang percaya kepada suatu lembaga dalam suatu urusan bisnis, cenderung akan percaya juga pada urusan bisnis yang lain.
- 4) Jika sebuah perusahaan lama memiliki banyak pelanggan lama, maka perusahaan tersebut akan mendapatkan keuntungan karena adanya efisiensi, pelanggan lama sudah barang tentu tidak akan banyak lagi tuntutan, perusahaan cukup menjaga dan mempertahankan mereka, untuk melayani mereka bisa digunakan karyawan-karyawan baru dalam rangka melatih mereka, sehingga biaya pelayanan lebih murah.

- 5) Pelanggan lemah tentunya telah memiliki pengalaman positif yang berhubungan dengan perusahaan, sehingga mengurangi biaya psikologis dan sosialisasi.
- 6) Pelanggan lama akan berusaha membelah perusahaan, dengan mereferensikan perusahaan tersebut kepada teman-teman maupun lingkungannya.

Indikator dari loyalitas pelanggan menurut Kotler & Keller adalah *Repeat purchase* (kesetian dalam pembelian produk), *Retention* (ketahanan terhadap pengaruh yang negative mengenai perusahaan), *referalls* (mereferensika secara total esistensi perusahaan).

Hill menjelaskan bahwa tingkatan loyal terbagi atas 6 tingkat yaitu :

1. *Suspect* bagian ini termasuk semua pembeli produk atau jasa dalam pemasaran, jadi suspect adalah menyadari akan produk atau jasa perusahaan atau tidak mempunyai kecendrungan terhadap pembelian.
2. *Prospect* adalah pelanggan potensial yang mempunyai daya tarik terhadap perusahaan tetapi belum mengambil langkah untuk melakukan bisnis dengan perusahaan.
3. *Customers* adalah suatu tipe pembelian produk (walaupun dalam kategori ini termasuk beberapa pembelian ulang) yang tidak memiliki loyalitas pada perusahaan.
4. *Clients* adalah pembelian ulang yang menunjukkan loyalitas pada perusahaan tetapi lebih memiliki dorongan pasif dari pada aktif terhadap perusahaan.

5. *Advocates* adalah Client yang memberikan dorongan yang positif pada perusahaan dengan merekomendasikan kepada orang lain.
6. *Partners* adalah hubungan yang sangat erat antara konsumen dengan supplier yang keduanya saling memperlihatkan keuntungan.¹⁵

4. *Kepuasan nasabah*

Nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank.¹⁶ Secara definitif, kepuasan nasabah/ konsumen dapat diterjemahkan dan dipahami berdasarkan pertanyaan-pertanyaan yang dikemukakan oleh beberapa tokoh pemasaran yaitu :

Menurut Frederich Engel (1990)

“Kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli dimana alternative yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan.

Menurut Day (dalam Tse dan Wilton, 1988)

“Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respons pelanggan terhadap evaluasi ketidak sesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja actual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.¹⁷

Sedangkan pengertian kepuasan konsumen menurut Kotler sebagai berikut:

¹⁵ <https://nayaakyasazilvi.wordpress.com/2014/07/11/loyalitas-pelanggan/> di akses tanggal 4 juni 2015

¹⁶ Zubairi Hasan, *Undang-Undang Perbankan Syariah*, (Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada, 2009), h. 211

¹⁷ Paulus Lilik Kristianto, *Psikologi Pemasaran*, (CAPS, Yogyakarta 2011), h.30

Kepuasan konsumen/ nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.¹⁸

Dari keseluruhan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan pada akhirnya akan bermuara pada nilai yang akan diberikan oleh pelanggan mengenai kepuasan yang dirasakan. Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk (jasa) yang diterima dan diharapkan. Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan jika tercapainya tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi. Tingkat kepuasan yang tinggi dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan mencegah perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatkan efektivitas iklan dan meningkatkan reputasi bisnis.

Apabila pelanggan merasa puas, maka dia akan menunjukkan besarnya kemungkinan untuk kembali membeli produk yang sama. Pelanggan yang puas juga cenderung akan memberikan referensi yang baik terhadap produk kepada orang lain.

Tidak demikian dengan pelanggan yang tidak puas, pelanggan yang tidak puas dapat melakukan tindakan pengembalian produk, atau secara ekstrim bahkan dapat mengajukan gugatan terhadap perusahaan melalui seorang pengacara.¹⁹

¹⁸ Philip Kotler, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Person Education/ PT. Indeks 2006/ 2007), h. 177

¹⁹ Rambat Lupiyoudi & A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, (Jakarta : Salemba Empat, 2006), h. 192-194

Menurut Reichheld, keinginan seorang pelanggan untuk memberi rekomendasi kepada seorang teman merupakan akibat dari seberapa baiknya pelanggan diperlakukan oleh karyawan lini depan, yang pada gilirannya ditentukan oleh semua bidang fungsional yang menyumbang kepada pengalaman seorang pelanggan.²⁰

Faktor utama dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen/ nasabah, dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu :

- a. Kualitas produk : Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
- b. Kualitas pelayanan : Terutama untuk industri jasa. Konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai yang diharapkan.
- c. Emosional : Konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial yang membuat konsumen menjadi puas dengan merek tertentu.
- d. Harga : Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relative murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya.

²⁰ Philip Kotler, Kevin Lane Keller, Op. cit, h. 180

e. Biaya

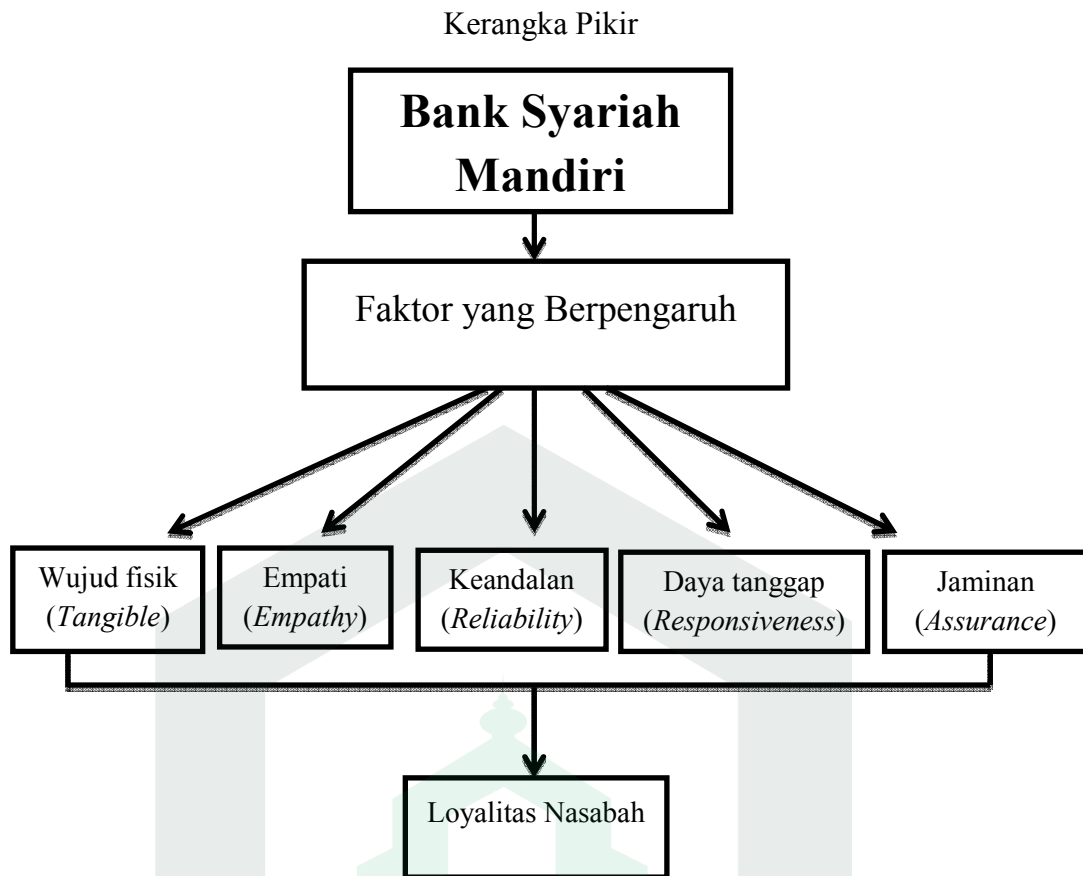
Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.²¹

Kepuasan nasabah dan kualitas pelayanan mempunyai hubungan yang erat, dimana jika kepuasan tinggi maka rangkaian dari kualitas pelayanan yang dirasakan sesuai dengan harapan nasabah. Untuk menciptakan dan mengelola suatu sistem untuk memperoleh nasabah yang lebih banyak dan kemampuan mempertahankan nasabah. Dengan demikian, kepuasan nasabah tidak berarti memberikan kepada nasabah apa yang diperkirakan perbankan di sukai oleh nasabah. Namun perbankan harus memberikan apa yang sebenarnya mereka inginkan, kapan diperlukan dan dengan cara apa mereka memperolehnya.

C. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemekiran dalam penelitian yang berjudul “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Syariah terlihat Gambar di bawah ini.

²¹ <http://www.kajianpustaka.com/2013/04/pengertian-faktor-pengukuran-kepuasan-konsumen.html> di akses Tanggal 5 juni 2015



D. Hipotesis

Secara etimologi hipotesis di bentuk dalam dua kata, yaitu hypo dan thesis. Hypo artinya kurang dan thesis adalah pendapat. Jika kedua kata tersebut digabung dalam bentuk bahasa Indonesia adalah suatu kesimpulan yang belum sempurna. Pengertian ini kemudian diperluas dengan maksud sebagai kesimpulan penelitian yang belum sempurna, sehingga perlu disempurnakan dengan membuktikan kebenaran hipotesis itu melalui penelitian. Pembuktian itu hanya

dapat dilakukan dengan menguji hipotesis dimaksud dengan data lapangan.²²

Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Diduga faktor wujud fisik, empati, keandalan, daya tanggap dan jaminan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Palopo.
2. Diduga faktor wujud fisik, empati, keandalan, daya tanggap dan jaminan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Palopo.

Pada penelitian kuantitatif, pengujian hipotesis yang dilakukan dengan pengujian statistik sehingga relative mendekati kebenaran yang diharapkan.²³

²² M. Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta, Prenada Media, 2005) h. 75

²³ M. Burhan Bungin, *ibid.* h. 79-84

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian adalah suatu cara untuk memecahkan masalah atau cara untuk mengembangkan ilmu pengetahuan dengan menggunakan metode ilmiah. Adapun pengertian lainnya yaitu Metode penelitian adalah cara-cara ilmiah yang mendapatkan data yang valid, dengan tujuan dapat ditemukan, dikembangkan dan dibuktikan, suatu pengetahuan tertentu sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan, dan mengantisipasi masalah.¹

A. Desain Penelitian

Desain penelitian kerangka bentuk atau rancangan. Penelitian ini bersifat pengamatan dan penganalisaan, dimana data yang diperoleh dari objek penelitian ini adalah Bank Syariah Mandiri dan subyek penelitian ini adalah Nasabah Bank Syariah Mandiri, yang diteliti dicobah untuk diamati dan dianalisa yang kemudian ditarik sebuah kesimpulan sebagai mana adanya tanpa maksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum, generalisasi dan perusahaan. Sehingga metode yang dilakukan oleh peneliti saat ini adalah metode *kuantitatif deskriptif*. Agar penelitian lebih teratur dan terarah, maka dirancang dengan beberapa tahap yaitu : tahap identifikasi, masalah penelitian, tahap penyusunan proposal penelitian, tahap pengumpulan data penelitian, tahap analisis data penelitian, dan tahap penyusunan laporan penelitian.

¹ <http://www.cangcut.net/2013/03/pengertian-metode-penelitian-menuru.html> di akses Tanggal 8 juni 2015

Kuantitatif adalah metode penelitian yang di gunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/ statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.²

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini penulis melaksanakan di kantor Bank Syariah Mandiri Kota Palopo.

C. Sumber Data

Data adalah sesuatu yang belum mempunyai arti bagi penerimanya dan masih memerlukan adanya suatu pengolahan.³

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan, seperti hasil wawancara atau hasil pengisian kuisioner.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diambil berupa dokumen, kajian-kajian teori, dan karya tulis ilmiah yang ada relevansinya dengan masalah yang diteliti.

² Hasrida Kadir, Op. cit, h. 26

³ Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Cet. III; Bandung; Alfabeta, 2008), h.116

D. Variabel Penelitian

Proposal ini berjudul “Layanan dan pengaruhnya terhadap Loyalitas Nasabah Bank Mandiri Syariah” untuk memudahkan pemahaman judul di atas maka penulis membagi dua Variabel yaitu :

1. Variabel bebas (*independent*), yaitu wujud fisik (*tangible X1*), empati (*empathy X2*), keandalan (*reliability X3*), daya tanggap (*responsiveness X4*), dan jaminan (*assurance X5*).
2. Variabel terikat (*dependent*), yaitu Loyalitas Nasabah.

E. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian. Apa bila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi.⁴ Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Palopo dari tahun 2014 sampai tahun 2015 yang berjumlah 3600 nasabah Bank Syariah Mandiri.⁵

b. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Jika populasinya kurang dari 100 maka lebih baik di ambil semua sehingga penelitiannya adalah penelitian populasi. Tetapi jika jumlah subjek lebih besar dapat diambil 10-15% atau sampai 15-20%.⁶ Sampel dalam penelitian ini yakni

⁴ Suharsimi arikonto, *Prosedur Penelitian*, (Jakarta, PT. Rineka cipta, 1998). H. 117

⁵ Wawancara Bapak Muh. Suhendra, Manager BSM Cabang Palopo, tanggal 28 Maret 2016.

⁶ Suharsimi arikonto. *Ibid*, h.117

beberapa dari Nasabah Bank Syariah Mandiri Palopo yang dianggap memiliki peran sesuai dengan data yang dibutuhkan, jadi sampel yang akan diambil dengan menggunakan metode pengambilan propabilitas/ acak (*Random Sampling*). Dengan menggunakan rumus slovin sebagai berikut.

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

Dimana :

n = ukuran sampel

N = jumlah populasi

e = kesalahan pengambilan sampel yang masi ditolerir yaitu (0,01 atau 10%).

$$\begin{aligned} n &= \frac{3600}{3600 (0,1)^2} \\ &= 97.29729729 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan, maka diperoleh sampel sebanyak 97.29729729. dan agar penelitian ini menjadi lebih fit maka diambil 100 responden. Jadi sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden.

F. Metode Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data ini penulis menggunakan metode :

1. Metode *library Research*, yaitu megumpulkan dengan cara membaca buku-buku literature yang ada hubungannya dengan pembahasan.
2. Metode *field Research*, yaitu metode yang dilakukan untuk dilapangan dengan menggunakan cara sebagai berikut :

- a. Observasi, yaitu metode pengumpulan data dengan cara menggunakan pengamatan langsung dilapangan dengan mengenal dan mengetahui objek yang akan diteliti, dalam penelitian ini penulis melakukan pengamatan langsung pada Nasabah Bank Mandiri Syariah Palopo.
- b. Angket yaitu teknik atau metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi serangkain pertanyaan atau pernyataan tertulis yang diberikan kepada responden untuk menjawabnya ⁷ dengan tujuan mendapatkan informasi.
- c. *Interview*, yaitu metode pengumpulan data dengan cara mengadakan wawancara atau Tanya jawab kepada pihak-pihak yang terkait dengan informasi yang diberikan.

G. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit melakukan sintesa, menyusun pola, memilih mana yang penting dan akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.⁸

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah suatu analisis yang menguraikan tanggapan responden terhadap loyalitas nasabah sehingga membuat nasabah merasa loyal

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung, Alfabeta, 2014), h. 142

⁸ Nasution S. *Metode Research*, (Cet. I; Jakarta: Bumi Aksara, 2003), h. 128

pada bank itu sendiri melalui kuensioner yang dibagikan, dengan menggunakan skala *likert*. Skala *likert* secara umum menggunakan peringkat lima angka penelitian, yaitu ; (a) Sagat Setuju, (b) Setuju, (c) Ragu-ragu, (d) Tidak Setuju, (e) Sagat Tidak Setuju. Jawaban setiap item instrument yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negative yang dapat berupa kata-kata antara lain, yaitu:

Table 3.1

Gradasi Skala *likert*

Sangat Setuju (SS)	Setuju (S)	Ragu-ragu (RR)	Tidak setuju (TS)	Sangat Tidak Setuju (STS)
5	4	3	2	1

Sumber: Malhora 2005.

2. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keterandalan atau kesahitan dari suatu alat ukur.⁹ Untuk menguji validitas alat ukur, terlebih dahulu dicari harga korelasi antara bagian-bagian dari alat ukur secara keseluruhan dengan cara mengkorelasikan setiap butir alat ukur dengan skor total yang merupakan jumlah setiap skor butir.

Uji validitas untuk mengetahui tingkat kevalidan dari instrument (kuesioner) yang digunakan dalam pengumpulan data. Hal ini dilakukan untuk menguji butir-butir pernyataan yang ada di dalam kuesioner.

⁹ Arikonto Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, (Jakarta: PT. Rienka Cipta 2000), h. 109.

Dari Uji Validitas yang dilakukan dengan Program SPSS Versi 20 yaitu dengan melihat nilai *Corrected Item Correlation*. Dengan ketentuan, nilai *corrected item Correlation* dari masing-masing variabel $>$ dari nilai r table sebesar dengan demikian dinyatakan valid dan dimasukkan ke dalam pengujian penelitian sesungguhnya.

Uji Reliabilitas suatu penelitian itu dikatakan reliabel, bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda, instrument yang riabel belum tentu valid. Reliabilitas instrument merupakan syarat untuk pengujian validitas instrument, oleh karena itu walaupun instrumen valid umumnya pasti reliabel.

3. Uji multikolonieritas

Bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independent), model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas (tidak terjadi multikolonieritas).

4. Uji heteroskedastisitas

Bertujuan untuk menguji apakah dalam regresi variabel dari residu tidak sama untuk satu pengamatan kepengamatan yang lain, model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas.

5. Uji autokorelasi

Bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu periode t dengan kesalahan pengganggu periode $t-1$ (sebelumnya), model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi.

6. Teknik Analisis Regresi Linear Berganda

Teknik analisis regresi berganda adalah menguji variabel tak bebas dan variabel bebas dengan menggunakan rumus :

$$Y = a + x_1b_1 + x_2b_2 + x_3b_3 + x_4b_4 + x_5b_5 + e$$

Y = Loyalitas Nasabah

a = Konstanta regresi

x₁ = Wujud fisik

x₂ = Empati

x₃ = Keandalan

x₄ = Daya tanggap

x₅ = Jaminan

b = koefisien regresi

e = Error.¹⁰

Analisis data dilakukan dengan menggunakan sarana komputer pada program *Statistical Data Analysis SPSS for WINDOWS Release 20*.

¹⁰ Wahid sulaiman, *Analisis Regresi Menggunakan SPSS Contoh Kasus dan Pemecahannya*, (Yogyakarta, Andi Offset, 2014) h. 80

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum tentang Bank Syariah Mandiri Kota Palopo

Bank Syariah Mandiri didirikan dengan aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain. Kedekatan nasabah akan diimbangi dengan keterbukaan dalam layanan produk BSM sesuai syariah.

Bank Syariah Mandiri Cabang Palopo didirikan pada tanggal 28 Desember 2009 atas dasar Islam dengan tujuan untuk mempromosikan dan mengembangkan penerapan prinsip-prinsip Islam. Dan dengan didasari keinginan syariah mandiri untuk mengembangkan cabang di wilayah palopo sekaligus bisnis secara syariah untuk memasyarakatkan ekonomi syariah.¹

Bank Syariah Mandiri yang berlokasi di Jl. Andi Djemma No.4, Palopo. Sebagaimana Bank Syariah Mandiri pusat, Bank Syariah Mandiri Cabang Palopo tampil dan tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan idealism usaha dengan nilai-nilai rohani, yang melandasi kegiatan operasionalnya.

Syariah dan tradisinya ke dalam transaksi keuangan dan perbankan serta bisnis lain yang terkait. Prinsip utama Bank Islam itu adalah larangan Riba dalam berbagai bentuk transaksi.

¹ Helmi Hidrus, karyawan/ Marketing, Bank Syariah Mandiri Kota Palopo, *Wawancara* di Kantor Bank Syariah Mandiri Kota Palopo, 28 Maret 2016

1. Visi dan Misi Bank Syariah Mandiri

Visi :

Bank Syariah Terdepan dan Modern (*The Leading & Modern Syariah Bank*)

Misi :

- 1) Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan di atas rata-rata industri yang berkesenambungan
- 2) Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah
- 3) Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen ritel
- 4) Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah universal
- 5) Mengembangkan management talenta dan lingkungan kerja yang sehat
- 6) Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan

2. Struktur Organisasi

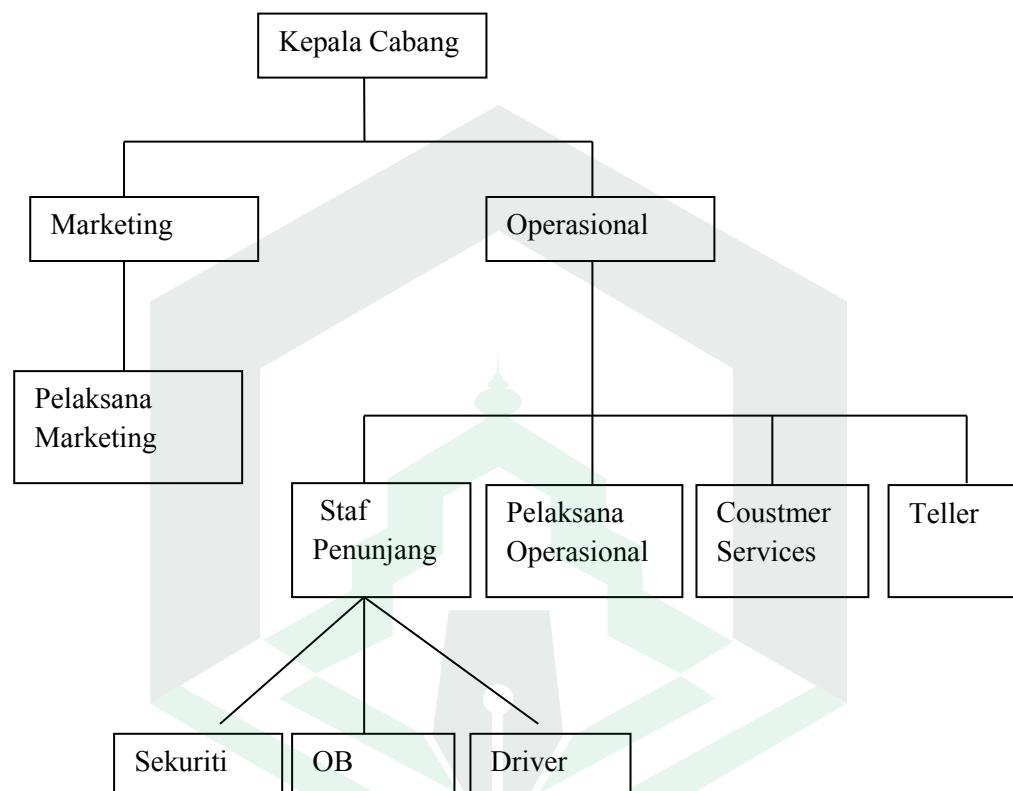
Adapun untuk meningkatkan kualitas sumber daya insani syariah mandiri selalu melakukan kegiatan pelatihan pengembangan karir. Perkembangan dan peningkatan kualitas sumber daya insani pada bank syariah mandiri merupakan *human investment* yang tiada batas waktunya mengingat di sumber daya insani yang handal dan berkualitas syariah mandiri akan terus tumbuh dan berkembang.

Dalam hal Unit Usaha Syariah (UUS) dalam usahanya mengembangkan pelayanannya kepada nasabah. Sebagaimana yang tercantum dalam Misi Bank

Syariah Mandiri sendiri. Kantor Syariah Mandiri Cabang Palopo sendiri dipimpin oleh pimpinan cabang yang ditunjuk oleh UUS.

Gambar 4.1

Struktur Organisasi Syariah Mandiri Cabang Palopo



B. Deskripsi Karakteristik Responden

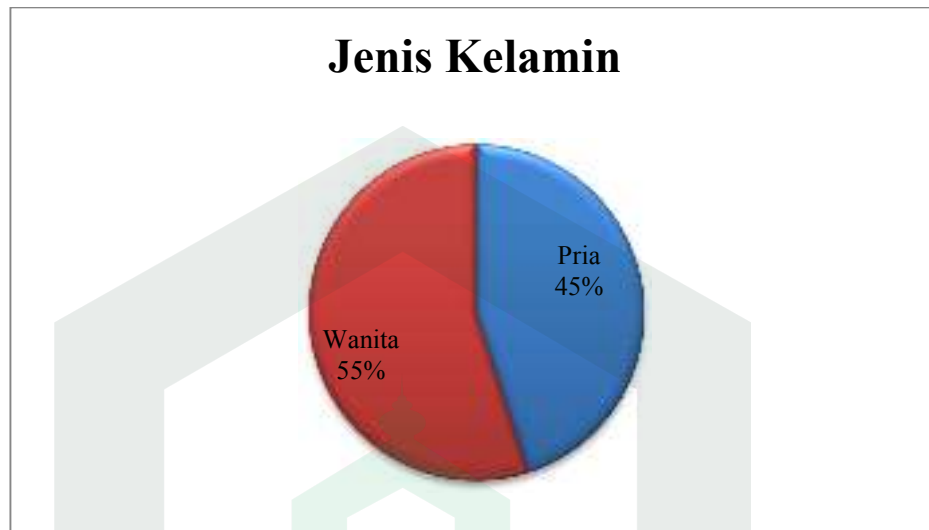
Responden dalam penelitian ini adalah nasabah yang memiliki karakteristik yang berbeda-beda yaitu berdasarkan jenis kelamin, umur, status pekerjaan. Untuk memperjelas karakteristik responden yang dimaksud, maka disajikan tabel mengenai jumlah responden seperti diterangkan di bawah ini:

1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Gambar 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



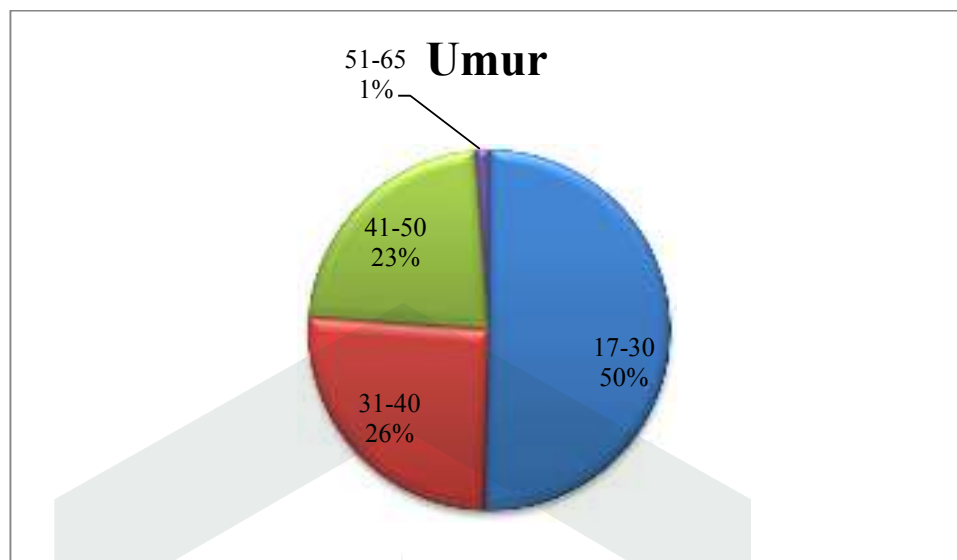
Sumber: Data primer yang diolah. 2016

Berdasarkan sumber menunjukkan bahwa 100 responden yang diteliti, maka responden terbanyak adalah yang berjenis kelamin wanita yaitu sebanyak 55 orang atau 55%, kemudian untuk jenis kelamin pria sebanyak 45 orang atau 45%. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah pada Bank Syariah dan menjadi sampel dalam penelitian ini adalah sebagian besar wanita.

2. Responden Berdasarkan Umur

Karakteristik responden berdasarkan umur dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Gambar. 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Umur



Sumber: Data primer yang diolah. 2016

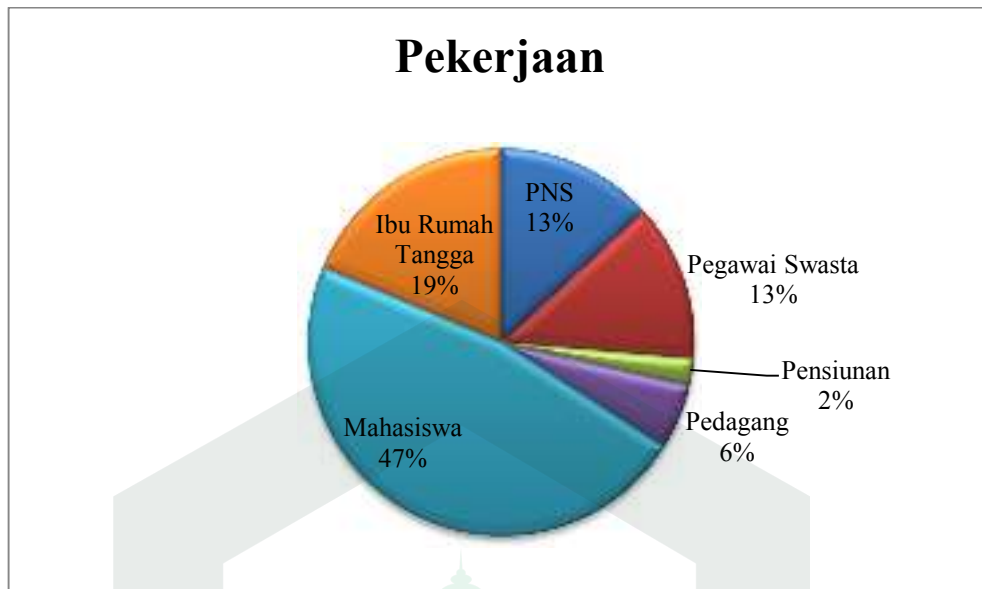
Berdasarkan gambar tersebut di atas menunjukkan bahwa dari 100 orang responden, maka umur responden yang terbesar dalam penelitian ini adalah antara 17-30 tahun yakni sebanyak 49 orang atau 50%, kemudian disusul responden yang berumur antara 31-40 tahun yakni sebanyak 25 orang atau 26%, Kemudian disusul lagi responden yang berumur antara 41-50 tahun yakni sebanyak 22 orang atau 23%, kemudian disusul lagi responden yang berumur antara 51-56 tahun yakni sebanyak 4 orang atau 1%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa sebagian umur nasabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Palopo adalah berusia antara 51-65 tahun.

3. Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Gambar. 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan



Sumber: Data primer yang diolah. 2016

Berdasarkan gambar, yakni karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan menunjukkan bahwa dari 100 responden yang diteliti, yang terbanyak adalah responden mahasiswa atau pelajar yang berjumlah 43 orang atau 47% selanjutnya ditempati oleh PNS, pegawai swasta, ibu rumah tangga, pedagang, pensiunan dan lainnya. yaitu masing-masing 12 orang (13%), 12 orang (13%), 17 orang (19%), 5 orang (6%) dan 2 orang (2%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar jenis pekerjaan nasabah pada Bank Syariah Mandiri adalah Mahasiswa.

C. Deskripsi Variabel Penelitian

1. Deskripsi Indeks Jawaban Responden terhadap Variabel Wujud Fisik (X1)

Tabel. 4.1

Deskripsi Jawaban Responden atas Variabel Wujud Fisik

No	Pernyataan	Responden					Total
		SS	S	RR	TS	STS	Persen
		5	4	3	2	1	
1	Lokasi Bank Syariah Mandiri Palopo strategis dan muda dijangkau	23 23%	51 51%	24 24%	2 2%	-	100%
2	Bank Syariah Mandiri Palopo memiliki fasilitas yang menarik, nyaman dan bersih, serta aman untuk digunakan (misalnya: mesin ATM, ruang tunggu, tempat parkir dan dll.	10 10%	55 55%	35 35%	-	-	100%
3	Bank Syariah Mandiri Palopo menggunakan peralatan yang terlihat canggih dan modern	9 9%	58 58%	31 31%	2 2%	-	100%
4	Informasi yang diberikan Bank Syariah Mandiri Palopo muda dimengerti dan dipahami	21 21%	73 73%	5 %	1 1%		100%

Sumber: Data primer yang di olah. 2016

Tabel 4.1 di atas menjelaskan tanggapan responden mengenai Variabel Wujud Fisik, maka untuk pernyataan bahwa lokasi Bank Syariah Mandiri Palopo strategis dan muda dijangkau, responden yang memberikan jawaban yang sangat setuju sebesar 23 orang atau 23%, responden yang memberikan jawaban setuju sebesar 51 orang atau 51%, responden yang menjawab ragu-ragu 24 orang atau 24%, dan yang memberikan jawaban tidak setuju 2 orang atau 2%.

Untuk pernyataan bahwa Bank Syariah Mandiri Palopo memiliki fasilitas yang menarik, nyaman dan bersih, serta aman untuk digunakan (misalnya: mesin ATM, ruang tunggu, tempat parkir dan dll, responden yang memberikan jawaban

sangat setuju yakni 10 orang atau 10%, responden yang memberikan jawaban setuju 55 orang atau 55%, responden yang memberikan jawaban ragu-ragu 35 orang atau 35%.

Selanjutnya untuk pernyataan bahwa Bank Syariah Mandiri Palopo menggunakan peralatan yang terlihat canggih dan modern, responden yang memberikan jawaban sangat setuju yakni 9 orang atau 9%, responden yang memberikan jawaban setuju 58 orang atau 58%, responden yang memberikan jawaban ragu-ragu 31 orang atau 31%, responden yang memberikan jawaban tidak setuju 2 orang atau 2%.

Untuk pernyataan bahwa informasi yang diberikan Bank Syariah Mandiri Palopo mudah dimengerti dan dipahami, responden yang memberikan jawaban sangat setuju yakni 21 orang atau 21%, responden yang memberikan jawaban setuju 73 orang atau 73%, responden yang memberikan jawaban ragu-ragu 5 orang atau 5%, responden yang memberikan jawaban tidak setuju 1 orang atau 1%.

2. Deskripsi Indeks Jawaban Responden terhadap Variabel Empati (X2)

Tabel. 4.2

Deskripsi Jawaban Responden atas Variabel Empati

No	Pernyataan	Responden					Total
		SS	S	RR	TS	STS	Persen
		5	4	3	2	1	
1	Staf Bank Syariah Mandiri Palopo bersikap ramah dan sopan dalam melayani transaksi	25 25%	72 72%	3 3%	-	-	100%
2	Staf Bank Syariah Mandiri Palopo penuh perhatian dan sabar dalam melayani transaksi	21 21%	71 71%	7 7%	1 1%		100%
3	Staf Bank Syariah Mandiri Palopo bersikap simpatik terhadap permasalahan nasabah	34 34%	55 55%	11 11%	-	-	100%

Sumber: Data primer yang diolah. 2016

Tabel 4.2 di atas menjelaskan tanggapan responden mengenai variabel Empati, maka untuk pernyataan bahwa staf Bank Syariah Mandiri Palopo bersikap ramah dan sopan dalam melayani transaksi, responden yang memberikan sangat setuju yakni 25 orang atau 25%, responden memberikan jawaban setuju 72 orang atau 72%, dan yang menjawab ragu-ragu sebesar 3 orang atau 3%.

Selanjutnya untuk pernyataan bahwa staf Bank Syariah Mandiri Palopo penuh perhatian dan sabar dalam melayani transaksi, responden yang memberikan jawaban sangat setuju yakni 21 orang atau 21%, responden memberikan jawaban setuju 71 orang atau 71%, responden yang memberikan jawaban ragu-ragu 7 orang atau 7%, dan yang menjawab tidak setuju 1 orang atau 1%.

Dan untuk pernyataan bahwa staf Bank Syariah Mandiri Palopo bersikap simpatik terhadap permasalahan nasabah, responden yang memberikan jawaban yakni 34 orang atau 34%, responden memberikan jawaban setuju 55 orang atau 55%, dan yang menjawab ragu-ragu 11 orang atau 11%.

3. Deskripsi Indeks Jawaban Responden terhadap Variabel Keandalan (X3)

Tabel. 4.3
Deskripsi Jawaban Responden atas Variabel Keandalan

No	Pernyataan	Responden					Total
		SS	S	RR	TS	STS	Persen
		5	4	3	2	1	
1	Bank Syariah Mandiri Palopo melayani semua nasabah sesuai dengan janjinya	15 15%	64 64%	18 18%	3 3%	-	100%
2	Bank Syariah Mandiri Palopo memberikan pelayanan yang sama sepanjang hari kepada semua nasabah	16 16%	65 65%	17 17%	2 2%	-	100%
3	Bank Syariah Mandiri Palopo melayani nasabah sejak pertama kali dating	12 12%	65 65%	21 21%	2 2%	-	100%
4	Bank Syariah Mandiri Palopo menginformasikan kepada nasabah tentang produk-produknya	16 16%	54 54%	26 26%	4 4%	-	100%

Sumber: Data primer yang diolah. 2016

Tabel 4.3 di atas menjelaskan tanggapan responden mengenai variabel keandalan, maka untuk pernyataan bahwa Bank Syariah Mandiri Palopo melayani semua nasabah sesuai dengan janjinya, responden yang memberikan jawaban sangat setuju yakni 15 orang atau 15%, responden yang memberikan jawaban

setuju 64 orang atau 64%, responden yang memberikan jawaban ragu-ragu 18 orang atau 18%, dan yang menjawab tidak setuju 3 orang atau 3%.

Selanjutnya untuk pernyataan bahwa Bank Syariah Mandiri Palopo memberikan pelayanan yang sama sepanjang hari kepada semua nasabah, responden yang memberikan jawaban sangat setuju yakni 16 orang atau 16%, responden yang memberikan jawaban setuju 65 orang atau 65%, responden yang memberikan jawaban ragu-ragu 17 orang atau 17%, dan yang menjawab tidak setuju 2 orang atau 2%.

Untuk pernyataan bahwa Bank Syariah Mandiri Palopo melayani nasabah sejak pertama kali datang, responden yang memberikan jawaban sangat setuju yakni 12 orang atau 12%, responden yang memberikan jawaban setuju 65 orang atau 65%, responden yang memberikan jawaban ragu-ragu 21 orang atau 21%, dan yang menjawab tidak setuju 2 orang atau 2%.

Selanjutnya untuk pernyataan bahwa Bank Syariah Mandiri Palopo menginformasikan kepada nasabah tentang produk-produknya, responden yang memberikan jawaban sangat setuju yakni 16 orang atau 16%, responden yang memberikan jawaban setuju 54 orang atau 54%, responden yang memberikan jawaban ragu-ragu 26 orang atau 26%, dan yang menjawab tidak setuju 4 orang atau 4%.

4. Deskripsi Indeks Jawaban Responden terhadap Variabel Daya Tanggap (X4)

Tabel. 4.4

Deskripsi Jawaban Responden atas Variabel Daya Tanggap

No	Pernyataan	Responden					Total Persen
		SS	S	RR	TS	STS	
		5	4	3	2	1	
1	Staf Bank Syariah Mandiri Palopo mengetahui kebutuhan nasabah	16 16%	71 71%	9 9%	4 4%	-	100%
2	Staf Bank Syariah Mandiri Palopo tetap ada pada jam-jam kerja (sibuk)	9 9%	33 33%	50 50%	8 8%	-	100%
3	Staf Bank Syariah Mandiri Palopo melayani transaksi dengan cepat, tepat dan efisien	23 23%	60 60%	14 14%	3 3%	-	100%
4	Staf Bank Syariah Mandiri Palopo memiliki pengetahuan yang cukup untuk menjawab pertanyaan dan permasalahan nasabah	24 24%	64 64%	11 11%	1 1%	-	100%

Sumber: Data primer yang diolah. 2016

Tabel 4.4 di atas menjelaskan tanggapan responden mengenai variabel daya tanggap, maka untuk pernyataan bahwa staf Bank Syariah Mandiri Palopo mengetahui kebutuhan nasabah, responden yang memberikan jawaban sangat setuju yakni 16 orang atau 16%, responden yang memberikan jawaban setuju 71 orang atau 71%, responden memberikan jawaban ragu-ragu 9 orang atau 9%, dan yang menjawab tidak setuju 4 orang atau 4%.

Untuk pernyataan bahwa staf Bank Syariah Mandiri Palopo tetap ada pada jam-jam kerja (sibuk), responden yang memberikan jawaban sangat setuju yakni 9 orang atau 9%, responden yang memberikan jawaban setuju 33 orang atau 33%,

responden yang memberikan jawaban ragu-ragu 50 orang atau 50%, dan yang menjawab tidak setuju 8 orang atau 8%.

Selanjutnya untuk pernyataan bahwa staf Bank Syariah Mandiri Palopo melayani transaksi dengan cepat, tepat dan efisien, responden yang memberikan jawaban sangat setuju yakni 23 orang atau 23%, responden yang memberikan jawaban setuju 60 orang atau 60%, responden yang memberikan jawaban ragu-ragu 14 orang atau 14%, dan yang menjawab tidak setuju 3 orang atau 3%.

Untuk pernyataan bahwa staf Bank Syariah Mandiri Palopo memiliki pengetahuan yang cukup untuk menjawab pertanyaan dan permasalahan nasabah, responden yang memberikan jawaban sangat setuju yakni 24 orang atau 24%, responden yang memberikan jawaban setuju 64 orang atau 64%, responden yang memberikan jawaban ragu-ragu 11 orang atau 11%, dan yang menjawab tidak setuju 1 orang atau 1%.

5. Deskripsi Indeks Jawaban Responden Terhadap Variabel Jaminan
(X5)

Tabel. 4.5

Deskripsi Jawaban Responden atas Variabel Jaminan

No	Pernyataan	Responden					Total
		SS	S	RR	TS	STS	
		5	4	3	2	1	
1	Bank Syariah Mandiri Palopo menjamin keamanan nasabah dalam bertransaksi	35 35%	62 62%	3 3%	-	-	100%
2	Bank Syariah Mandiri Palopo dapat menyimpan data dengan benar dan akurat	25 25%	65 65%	10 10%	-	-	100%
3	Transaksi di Bank Syariah Mandiri Palopo bebas dari kekeliruan	30 30%	54 54%	15 15%	1 1%	-	100%
4	Staf Bank Syariah Mandiri Palopo dapat menanamkan kepercayaan dan rasa aman kepada nasabah	30 30%	62 62%	7 7%	1 1%	-	100%
5	Staf Bank Syariah Mandiri Palopo selalu menjalankan tugasnya dengan benar dan tepat	30 30%	61 61%	8 8%	1 1%		100%

Sumber: Data primer yang diolah. 2016

Tabel 4.5 di atas menjelaskan tanggapan responden mengenai variabel jaminan, maka untuk pernyataan bahwa Bank Syariah Mandiri Palopo menjamin keamanan nasabah dalam bertransaksi, responden yang memberikan jawaban sangat setuju yakni 35 orang atau 35%, responden yang memberikan jawaban setuju 62 orang atau 62%, dan yang menjawab ragu-ragu 3 orang atau 3%.

Untuk pernyataan bahwa Bank Syariah Mandiri Palopo dapat menyimpan data dengan benar dan akurat, responden yang memberikan jawaban sangat setuju yakni 25 orang atau 25%, responden yang memberikan jawaban setuju 65 orang atau 65%, dan yang menjawab ragu-ragu 10 orang atau 10%.

Selanjutnya untuk pernyataan bahwa transaksi di Bank Syariah Mandiri Palopo bebas dari kekeliruan, responden yang memberikan jawaban sangat setuju yakni 30 orang atau 30%, responden yang memberikan jawaban setuju 54 orang atau 54%, responden yang memberikan jawaban ragu-ragu 15 orang atau 15%, dan yang menjawab tidak setuju 1 orang atau 1%.

Untuk pernyataan bahwa staf Bank Syariah Mandiri Palopo dapat menanamkan kepercayaan dan rasa aman kepada nasabah, responden yang memberikan jawaban sangat setuju yakni 30 orang atau 30%, responden yang memberikan jawaban setuju 62 orang atau 62%, responden yang memberikan jawaban ragu-ragu 7 orang atau 7%, dan yang menjawab tidak setuju 1 orang atau 1%.

Selanjutnya untuk pernyataan bahwa staf Bank Syariah Mandiri Palopo selalu menjalankan tugasnya dengan benar dan tepat, responden yang memberikan jawaban sangat setuju yakni 30 orang atau 30%, responden yang memberikan jawaban setuju 61 orang atau 61%, responden yang memberikan jawaban ragu-ragu 8 orang atau 8%, dan yang menjawab tidak setuju 1 orang atau 1%.

6. Deskripsi Indeks Jawaban Responden terhadap Variabel Loyalitas Nasabah (Y)

Tabel. 4.6

Deskripsi Jawaban Responden atas Variabel Loyalitas Nasabah

No	Pernyataan	Responden					Total Perse n
		SS	S	RR	TS	STS	
		5	4	3	2	1	
1	Saya menggunakan jasa Bank Syariah Mandiri Palopo secara rutin	19 19%	46 46%	27 27%	8 8%	-	100%
2	Saya merekomendasikan kepada pihak lain untuk menabung pada Bank Syariah Mandiri Cabang Palopo	10 10%	26 26%	55 55%	9 9%	-	100%
3	Saya tidak terpengaruh oleh tawaran Bank lain selain Bank Syariah Mandiri	3 3%	14 14%	60 60%	21 21%	2 2%	100%

Sumber: Data primer yang diolah. 2016

Tabel 4.6 di atas menjelaskan tanggapan responden mengenai variabel loyalitas nasabah, maka untuk pernyataan bahwa saya menggunakan jasa Bank Syariah Mandiri Palopo secara rutin, responden yang memberikan jawaban sangat setuju yakni 19 orang atau 19%, responden yang memberikan jawaban setuju 46 orang atau 46%, responden yang memberikan jawaban ragu-ragu 27 orang atau 27%, dan yang menjawab tidak setuju 8 orang atau 8%.

Untuk pernyataan bahwa saya merekomendasikan kepada pihak lain untuk menabung pada Bank Syariah Mandiri Cabang Palopo, responden yang memberikan jawaban sangat setuju yakni 10 orang atau 10%, responden yang memberikan jawaban setuju 26 orang atau 26%, responden yang memberikan

jawaban ragu-ragu 55 orang atau 55%, dan yang menjawab tidak setuju 9 orang atau 9%.

Selanjutnya untuk pernyataan bahwa saya tidak terpengaruh oleh tawaran bank lain selain Bank Syariah Mandiri, responden yang memberikan jawaban sangat setuju yakni 3 orang atau 3%, responden yang memberikan jawaban setuju 14 orang atau 14%, responden yang memberikan jawaban ragu-ragu 60 orang atau 60%, responden yang memberikan jawaban tidak setuju 21 orang atau 21%, dan yang menjawab sangat tidak setuju 2 orang atau 2%.

D. Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas

a. Uji Validitas

Digunakan untuk mengetahui kevalidan atau kesesuaian angket yang peneliti gunakan untuk memperoleh data dari responden, uji validitas menggunakan prinsip mengkorelasikan atau menghubungkan antara masing-masing skor item dengan skor total yang diperoleh dalam penelitian.

Dasar pengambilan keputusannya adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel, maka variabel tersebut dinyatakan valid
2. Jika nilai r hitung lebih kecil dari nilai r tabel, maka variabel tersebut dinyatakan tidak valid

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas X1

		Correlations				
		item_1	item_2	item_3	item_4	total_skor
item_1	Pearson Correlation	1	.347**	.315**	.111	.701**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.274	.000
	N	100	100	100	100	100
item_2	Pearson Correlation	.347**	1	.337**	.222*	.698**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.026	.000
	N	100	100	100	100	100
item_3	Pearson Correlation	.315**	.337**	1	.295**	.727**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001		.003	.000
	N	100	100	100	100	100
item_4	Pearson Correlation	.111	.222*	.295**	1	.562**
	Sig. (2-tailed)	.274	.026	.003		.000
	N	100	100	100	100	100
total_skor	Pearson Correlation	.701**	.698**	.727**	.562**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

Sumber: Data primer yang diolah. 2016

Dari tabel 4.7 di atas tampak bahwa nilai r hitung item 1 = 0,701, item 2 = 0,698, item 3 = 0,727, item 4 = 0,562, sedangkan nilai r tabel adalah 0,1966. Maka dapat di simpulkan bahwa semua data valid karna r hitung lebih besar dari r tabel.

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas X2

		Correlations			
		item_1	item_2	item_3	total_skor
item_1	Pearson Correlation	1	.758**	.372**	.832**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
item_2	Pearson Correlation	.758**	1	.418**	.865**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
item_3	Pearson Correlation	.372**	.418**	1	.767**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
total_skor	Pearson Correlation	.832**	.865**	.767**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

Sumber: Data primer yang diolah. 2016

Dari tabel 4.8 di atas tampak bahwa nilai r hitung item 1 = 0,832, item 2 = 0,865, item 3 = 0,767, sedangkan nilai r tabel adalah 0,1966. Maka dapat disimpulkan bahwa semua data valid karena r hitung lebih besar dari r tabel.

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas X3

		Correlations				
		item_1	item_2	item_3	item_4	total skor
item_1	Pearson Correlation	1	.614**	.181	.238*	.704**
	Sig. (2-tailed)		.000	.072	.017	.000
	N	100	100	100	100	100
item_2	Pearson Correlation	.614**	1	.396**	.264**	.776**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.008	.000
	N	100	100	100	100	100
item_3	Pearson Correlation	.181	.396**	1	.428**	.687**
	Sig. (2-tailed)	.072	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
item_4	Pearson Correlation	.238*	.264**	.428**	1	.701**
	Sig. (2-tailed)	.017	.008	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
total_skor	Pearson Correlation	.704**	.776**	.687**	.701**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

Sumber: Data primer yang diolah. 2016

Dari tabel 4.9 di atas tampak bahwa nilai r hitung item 1 = 0,704, item 2 = 0,776, item 3 = 0,687, item 4 = 0,701, sedangkan nilai r tabel adalah 0,1966. Maka dapat disimpulkan bahwa semua data valid karna nilai r hitung lebih besar dari r tabel.

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas X4

		Correlations				
		item_1	item_2	item_3	item_4	total_skor
item_1	Pearson Correlation	1	.083	.442**	.521**	.739**
	Sig. (2-tailed)		.414	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
item_2	Pearson Correlation	.083	1	.220*	-.067	.506**
	Sig. (2-tailed)	.414		.028	.509	.000
	N	100	100	100	100	100
item_3	Pearson Correlation	.442**	.220*	1	.457**	.778**
	Sig. (2-tailed)	.000	.028		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
item_4	Pearson Correlation	.521**	-.067	.457**	1	.676**
	Sig. (2-tailed)	.000	.509	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
total_skor	Pearson Correlation	.739**	.506**	.778**	.676**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

Sumber: Data primer yang diolah. 2016

Dari tabel 4.10 di atas tampak bahwa nilai r hitung item 1 = 0,739, item 2 = 0,506, item 3 = 0,778, item 4 = 0,676, sedangkan nilai r tabel adalah 0,1966. Maka dapat disimpulkan bahwa semua data valid karena nilai r hitung lebih besar dari r tabel.

Tabel 4.11
Hasil Uji Validitas X5

		Correlations				
		item_1	item_2	item_3	item_4	total_skor
item_1	Pearson Correlation	1	.524**	.525**	.575**	.735**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
item_2	Pearson Correlation	.524**	1	.625**	.493**	.739**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
item_3	Pearson Correlation	.525**	.625**	1	.629**	.848**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
item_4	Pearson Correlation	.575**	.493**	.629**	1	.846**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
total_skor	Pearson Correlation	.735**	.739**	.848**	.846**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

Sumber: Data primer yang diolah. 2016

Dari tabel 4.11 di atas tampak bahwa nilai r hitung item 1 = 0,735, item 2 = 0,739, item 3 = 0,848, item 4 = 0,846, sedangkan nilai r tabel adalah 0,1966. Maka dapat disimpulkan bahwa semua data valid karna nilai r hitung lebih besar dari r tabel.

Tabel 4.12
Hasil Uji Validitas Y

		Correlations			
		item_1	item_2	item_3	total_skor
item_1	Pearson Correlation	1	.337**	.180	.761**
	Sig. (2-tailed)		.001	.072	.000
	N	100	100	100	100
item_2	Pearson Correlation	.337**	1	.091	.688**
	Sig. (2-tailed)	.001		.369	.000
	N	100	100	100	100
item_3	Pearson Correlation	.180	.091	1	.603**
	Sig. (2-tailed)	.072	.369		.000
	N	100	100	100	100
total_skor	Pearson Correlation	.761**	.688**	.603**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

Sumber: Data primer yang diolah. 2016

Dari tabel 4.12 di atas tampak bahwa nilai r hitung item 1 = 0,761, item 2 = 0,688, item 3 = 0,603, sedangkan nilai r tabel adalah 0,1966. Maka dapat disimpulkan bahwa semua data valid karna nilai r hitung lebih besar dari r tabel.

b. Uji Reabilitas

Uji reabilitas berfungsi untuk mengetahui tingkat kekonsistensian angket yang digunakan oleh peneliti sehingga angket tersebut dapat diandalkan.

Dasar pengambilan keputusan dalam Uji Reabilitas adalah jika nilai Alpha lebih besar dari r tabel maka item-item tabel yang digunakan dinyatakan reliabel atau konsisten dan sebaliknya.

Tabel 4.13
Hasil Uji Reabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.796	20

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item_1	76.34	31.964	.167	.801
item_2	76.46	31.645	.274	.792
item_3	76.50	31.222	.303	.791
item_4	76.18	30.917	.422	.784
item_5	76.03	32.211	.260	.792
item_6	76.14	30.970	.420	.784
item_7	76.06	30.158	.462	.781
item_8	76.33	30.870	.353	.788
item_9	76.27	31.088	.354	.788
item_10	76.38	30.723	.411	.784
item_11	76.51	31.242	.257	.795
item_12	76.29	30.107	.474	.780
item_13	76.75	32.169	.136	.803
item_14	76.27	30.058	.467	.781
item_15	76.19	30.681	.406	.785
item_16	75.97	31.767	.319	.790
item_17	76.10	31.384	.333	.789
item_18	76.15	29.503	.503	.778
item_19	76.09	30.487	.440	.783
item_20	76.12	29.602	.514	.777

Dari tabel di atas, di ketahui bahwa nilai Alpha sebesar 0,796, sedangkan nilai r tabel adalah sebesar 0,1966. Jadi kesimpulannya adalah data tersebut reliable atau terpercaya karna nilai Alpha lebih besar dari nilai r tabel.

E. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independent), model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas (tidak terjadi multikolonieritas).

Dasar pengambilan keputusan pada uji multikoloneieritas adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai tolerance lebih besar dari 0,10 maka tidak terjadi Multikolnieritas terhadap data yang di uji
2. Jika nilai tolerance lebih kecil dari 0,10 maka artinya terjadi Multikolinieritas terhadap data yang di uji.

Tabel 4.14

Hasil Uji Multokolinieritas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.575	2.139		.736	.463		
X1	.372	.097	.388	3.847	.000	.821	1.218
X2	.056	.121	.047	.465	.643	.821	1.218
X3	-.058	.090	-.065	-.648	.519	.820	1.219
X4	.209	.099	.225	2.115	.037	.734	1.363
X5	-.012	.070	-.017	-.166	.869	.821	1.218

Dari tabel 4.14 di atas tampak bahwa nilai tolerance variabel bebas tidak ada yang kurang dari 0,10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antara variabel bebas dalam model regresi.

F. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam regresi variabel dari residu tidak sama untuk satu pengamatan kepengamatan yang lain, model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas.

Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka kesimpulannya adalah tidak terjadi heteroskedastisitas
2. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka kesimpulannya adalah terjadi heteroskedastisitas

Tabel 4.15
Hasil Uji heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1					
(Constant)	-.033	1.274		-.026	.980
Wujud Fisik	.083	.058	.159	1.438	.154
Empaty	-.054	.072	-.083	-.746	.458
Keandalan	.072	.053	.150	1.350	.180
Daya Tanggap	-.034	.059	-.068	-.584	.561
Jaminan	2.366E-005	.041	.000	.001	1.000

Dari tabel 4.15 di atas tampak bahwa nilai signifikansi variabel Wujud Fisik (X1) sebesar 0,154 lebih besar dari 0,05, artinya tidak terjadi heteroskedastisitas

pada variabel Wujud Fisik (X1). Diketahui nilai signifikansi variabel Empaty (X2) sebesar 0,458 lebih besar dari 0,05, artinya tidak terjadi heteroskedastisitas pada variabel Empaty (X2). Diketahui nilai signifikansi variabel Keandalan (X3) sebesar 0,180 lebih besar dari 0,05, artinya tidak terjadi heteroskedastisitas pada variabel Keandalan (X3). Diketahui nilai signifikansi variabel Daya Tanggap (X4) sebesar 0,561 lebih besar dari 0,05, artinya tidak terjadi heteroskedastisitas pada variabel Daya Tanggap (X4). Dan diketahui nilai signifikansi variabel Jaminan (X5) sebesar 1,000 lebih besar dari 0,05, artinya tidak terjadi heteroskedastisitas pada variabel Jaminan (X5).

G. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu periode t dengan kesalahan pengganggu periode $t-1$ (sebelumnya), model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi.

Dasar pengambilan keputusan metode yang sering digunakan adalah Uji Durbin-Watson (uji DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika d lebih kecil dari dL atau lebih besar dari $(4-dL)$, maka hipotesis nol ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi
2. Jika d terletak antara dU dan $(4-dU)$, maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi
3. Jika d terletak antara dL dan dU dan $(4-dU)$ dan $(4-dL)$, maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

Tabel. 4.16

Ketentuan Durbin-Watson

Nilai d	Keterangan
<1,10	Ada autokorelasi
1,10-1,54	Tidak ada kesimpulan
1,55-2,46	Tidak ada autokorelasi
2,46-2,90	Tidak ada kesimpulan
>2,91	Ada autokorelasi

Tabel 4.17

Hasil Uji Autokorelasi Durbin Watso

Model Summary ^b						
Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.466 ^a	.217	.176		1.527	1.864

Dari tabel 4.20 diatas dapat dijelaskan bahwa nilai DW adalah 1.864, berdasarkan ketentuan Durbin Watson, maka dapat disimpulkan tidak ada autokorelasi.

H. Uji Hipotesis

a. Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel X secara persial berpengaruh terhadap variabel Y.

Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai t hitung > t tabel maka variable bebas berpengaruh terhadap variabel terikat

2. Jika nilai t hitung $< t$ tabel maka variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat

Berdasarkan nilai signifikansi hasil output SPSS.

1. Jika nilai sig, $> 0,05$ maka variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat
2. Jika nilai sig, $< 0,05$ maka variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat

Tabel 4.18 Hasil Output Uji t

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients			T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.575	2.139		.736	.463
X1	.372	.097	.388	3.847	.000
X2	.056	.121	.047	.465	.643
X3	-.058	.090	-.065	-.648	.519
X4	.209	.099	.225	2.115	.037
X5	-.012	.070	-.017	-.166	.869

Dari hasil output di atas Nampak bahwa nilai t hitung dari variabel bebas adalah sebagai berikut:

1. Variabel X1 (wujud fisik) $3,847 > t$ tabel $2,627$ yang berarti bahwa variabel X1 mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y (Loyalitas Nasabah).
2. Variabel X2 (Empaty) $0,465 < t$ tabel $2,627$ yang berarti bahwa variabel X2 tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y (Loyalitas Nasabah)

3. Variabel X3 (Keandalan) $0,648 < t$ tabel $2,627$ yang berarti bahwa variabel X3 tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y (Loyalitas Nasabah)
 4. Variabel X4 (Daya Tanggap) $2,155 < t$ tabel $2,627$ yang berarti bahwa variabel X4 tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y (Loyalitas Nasabah)
 5. Variabel X5 (Jaminan) $0,166 < t$ tabel $2,627$ yang berarti bahwa variabel X5 tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y (Loyalitas Nasabah)
- b. Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel bebas secara simultan yang berpengaruh terhadap variabel terikat.
- Dasar pengambilan keputusan dengan membandingkan nilai F hitung dengan nilai F tabel sebagai berikut:
1. Jika nilai F hitung $> F$ tabel maka variabel bebas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat
 2. Jika nilai F hitung $< F$ tabel maka variabel bebas secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Tabel 4.19. Hasil Output Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	60.818	5	12.164	5.217	.000 ^b
	Residual	219.182	94	2.332		
	Total	280.000	99			

Dari hasil output di atas nampak bahwa nilai F hitung $5,217 > F$ tabel 1,93 maka variabel X1,X2,X3,X4 dan X5 secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel Y.

I. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda terdiri dari beberapa variabel bebas (wujud fisik, empati, keandalan, daya tanggap dan jaminan) dan satu variabel terikat (loyalitas nasabah), dengan persamaan :

$$Y = a + x_1b_1 + x_2b_2 + x_3b_3 + x_4b_4 + x_5b_5 + e$$

Tabel 4.20. Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.575	2.139		.736	.463
X1	.372	.097	.388	3.847	.000
X2	.056	.121	.047	.465	.643
X3	-.058	.090	-.065	-.648	.519
X4	.209	.099	.225	2.115	.037
X5	-.012	.070	-.017	-.166	.869

Pada tabel 4.20 Coefficients, pada kolom B pada Constant (a) adalah 1.575, sedangkan nilai variabel wujud fisik 0,372, empati 0,056, keandalan -.058, daya tanggap 0,209 dan jaminan -.012 sehingga persamaan regresi dapat di tulis:

$$Y = 1.575 + 0,372 + 0,056 + -.058 + 0,209 + -.012X$$

Sehingga dari persamaan regresi tersebut dapat diterjemahkan bahwa konstantat sebesar 1.575 menyatakan bahwa pengaruh wujud fisik terhadap nilai loyalitas Nasabah sebesar 1.575. Koefisien regresi dari wujud fisik sebesar 0.372

menyakan bahwa setiap penambahan 1 nilai dari wujud fisik akan meningkatkan loyalitas nasabah sebesar 0.372.

Sehingga dari persamaan regresi tersebut dapat diterjemahkan bahwa konstanta sebesar 1.575 menyatakan bahwa pengaruh empati nilai loyalitas Nasabah sebesar 1.575. Koefisien regresi dari empati sebesar 0.056 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 nilai dari empati akan meningkatkan loyalitas nasabah sebesar 0.056.

Sehingga dari persamaan regresi tersebut dapat diterjemahkan bahwa konstanta sebesar 1.575 menyatakan bahwa pengaruh keandalan nilai loyalitas Nasabah sebesar 1.575. Koefisien regresi dari keandalan sebesar 0.058 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 nilai dari keandalan akan mengurangi loyalitas nasabah sebesar 0.058.

Sehingga dari persamaan regresi tersebut dapat diterjemahkan bahwa konstanta sebesar 1.575 menyatakan bahwa pengaruh daya tanggap nilai loyalitas Nasabah sebesar 1.575. Koefisien regresi dari daya tanggap sebesar 0.209 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 nilai dari daya tanggap akan meningkatkan loyalitas nasabah sebesar 0.209.

Sehingga dari persamaan regresi tersebut dapat diterjemahkan bahwa konstanta sebesar 1.575 menyatakan bahwa pengaruh jaminan nilai loyalitas Nasabah sebesar 1.575. Koefisien regresi dari jaminan sebesar 0.012 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 nilai dari keandalan akan mengurangi loyalitas nasabah sebesar 0.012.





BAB V

PENUTUP

A. *Kesimpulan*

Dari hasil penelitian dan pengolahan data dapat disimpulkan bahwa:

1. Variabel bebas X1 (Wujud fisik) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Y (Loyalitas Nasabah) sedangkan empat variabel bebas lainnya yaitu X2 (Empaty), X3 (Keandalan), X4 (Daya Tanggap), X5 (Jaminan) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variable Y (Loyalitas Nasabah), ini dibuktikan dengan menggunakan uji t dimana variabel wujud fisik mempunyai t hitung 3,847 lebih besar dari nilai t tabel 2,627, sedangkan keempat variabel tersebut mempunyai t hitung empati 0,465, keandalan 0,648, daya tanggap 2,155, dan jaminan 0,166 tidak lebih besar dari nilai t tabel 2,627.
2. Sedangkan secara simultan variabel bebas, X1 (Wujud Fisik), X2 (Empaty), X3 (Keandalan), X4 (Daya Tanggap) dan X5 (Jaminan) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat Y (Loyalitas Nasabah), ini dibuktikan dengan menggunakan uji f dimana variabel wujud fisik, empati, keandalan, daya tanggap dan jaminan mempunyai f hitung 5,217 lebih besar dari f tabel 1.93.

B. *Saran-Saran*

1. Untuk perbankan syariah, dari proses dan hasil penelitian ada beberapa saran peneliti terhadap pihak bank yaitu:

- a. Kedepan agar dapat memberikan keluasan kepada peneliti yang akan melakukan penelitian di perbankan syariah, selain untuk pengembangan ilmu pengetahuan juga sebagai alat evaluasi perbankan dalam melaksanakan kegiatannya, sehingga menjadi alat ukur untuk peningkatan mutu pelayanan nasabah dan kualitas sumber daya manusia yang ada di perbankan syariah.
 - b. Meningkatkan wujud fisik, dari hasil penelitian faktor yang paling berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Mandiri Palopo adalah wujud fisik. Hal ini menunjukkan apabila wujud fisik ditingkatkan jumlahnya, akan semakin meningkatkan loyalitas nasabah. Wujud fisik yang perlu di tambahkan oleh pihak bank menurut peneliti adalah:
 - 1) ATM
 - 2) Tempat parkir
 - 3) Jumlah kursi tunggu
 - 4) Jumlah teller
 - 5) Jumlah customer service
2. Untuk agenda penelitian mendatang, penelitian ini dapat dilakukan tidak terbatas pada nasabah bank syariah mandiri saja, akan tetapi dapat diperluas lagi. Selain itu juga dapat menggunakan variabel–variabel yang lebih banyak dan lebih variatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikonto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian*, Jakarta, PT. Rineka cipta, 1998.
- Arikonto Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: PT. Rieneka Cipta 2000.
- Abdullah, Ruslan & Kamal, Fasiha, *Pengantar Islamic Economics*, Makasar :Lumbung Informasi Pendidikan LIPa, 2013.
- Bungin M. Burhan, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Jakarta, Prenada Media, 2005
- Huryati, Ratih, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Bandung : Alfabeta, 2010.
- Hasan, Zubairi, *Undang-Undang Perbankan Syariah*, Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada, 2009.
- Ismail, *Perbankan Syariah*, Jakarta:Kencana, 2011.
- Irawan, Handi, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, Jakarta :PT. Elex Media Kompotindo, 2002.
- Kadir, Hasrida, “*Pengaruh Pelayanan Customer Service Terhadap Loyalitas nasabah pada Bank Syariah Mandiri Cabang Kota Palopo*”, skripsi,STAIN Palopo 2014.
- Kotler, Philip, Lane Keller, Kevin, *Manajemen Pemasaran*, Person Education/ PT. Indeks 2006/ 2007.
- Lupiyoudi, Rambat & Hamdani, A., *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta : Salemba Empat, 2006.
- Paulus Lilik, Kristianto, *Psikologi Pemasaran*, Yogyakarta CAPS 2011.
- Sunarno, Ariyanti, *Pengaruh kualitas pelayanan frontliner terhadap loyalitas nasabah pada Bank BTN Syariah Cabang Bandung*, Skripsi, UI Bandung 2011.
- Sumar'in, *Konsep Kelembagaan Bank Syariah*, Yogyakarta, Graha Ilmu, 2012.
- S Nasution. *Metode Research*, Cet. I; Jakarta: Bumi Aksara, 2003.

Saputra, anwar Lyndon, *Raving Fans Menciptakan Pelanggan Fanatik*, ken Blanchard & Sheldon bowles batam cantre, 2003.

Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung, Alfabet, 2008.

Sulaiman Wahid, *Analisis Regresi Menggunakan SPSS Contoh Kasus dan Pemecahannya*, Yogyakarta, Andi Offset, 2014.

Wijayanti, Nina, “*Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia TBK*”, Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta 2010.

<http://www.pengertianpakar.com/2015/02/pengertian-fungsi-dan-sejarah-bank.html#>
di akses Tanggal 4 Juni 2015

<https://nayaakyasazilvi.wordpress.com/2014/07/11/loyalitas-pelanggan/> di akses
tanggal 4 juni 2015

<http://www.cangcut.net/2013/03/pengertian-metode-penelitian-menuru.html> di akses
Tanggal 8 juni 2015

<http://skripsi-manajemen.blogspot.com/2011/02/pengertian-definisi-kualitas-pelayanan.html> di akses tanggal 4 juni 215

<https://hendryza.wordpress.com/2009/01/28/nilai-pelanggan/> di akses Tanggal, 28
Agustus 2015

PERSETUJUAN PENGUJI

Skripsi berjudul **“Layanan dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri Kota Palopo”**.

Yang dituliskan oleh:

Nama : Faisal Podo
NIM : 11.16.4.0064
Prodi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Disetujui untuk diujikan pada ujian Munaqasyah

Demikian untuk proses selanjutnya

Palopo, 15 Juni 2016

Penguji I

Penguji II

Zainuddin, S.,SE.,M.Ak
NIP. 19771018 200604 1 001

Dr. H. Muammar Arafat, SH.,MH
NIP.19731118 200312 1 003

Tabel 4.5

Tanggapan responden terhadap variabel

NO	Pernyataan	Jawaban responden					Total
		SS	S	R	TS	STS	
Variabel Y							
1	Bagi saya dosen program studi Ekonomi Syari'ah menyenangkan	30 (60%)	15 (30%)	5 (10%)	0 -	0 -	50 (100%)
2	Sebelum materi dimulai dosen terlebih dahulu menyapa mahasiswa	14 (28%)	9 (18%)	24 (48%)	3 (6%)	0 -	50 (100%)
3	Penghargaan dari dosen atas mahasiswa yang berprestasi membuat saya semangat belajar	6 (12%)	16 (32%)	25 (50%)	1 (2%)	1 (2%)	50 (100%)
4	Bagi saya, dosen sudah melakukan tugasnya sebagai pendidik yang memberikan perubahan pada saya	12 (24%)	28 (56%)	10 (20%)	0 -	0 -	50 (100%)
5	Sebelum materi perkuliahan berakhir, dosen selalu memberikan nasehat yang mendorong saya untuk belajar	8 (16%)	25 (50%)	12 (24%)	4 (8%)	1 (2%)	50 (100%)
6	Bagi saya, materi yang disampaikan dosen selalu membuat saya lebih mudah mengerti dan memahami materi.	5 (10%)	21 (42%)	18 (32%)	4 8%	2 4%	50 (100%)
7	Saya sepakat bahwa kampus yang berkualitas adalah kampus yang menghasilkan mahasiswa yang berkualitas sesuai dengan visi dan misi kampus.	5 10%	12 24%	30 60%	3 6%	0 -	50 (100%)
8	Bagi saya, apapun materinya kalau dosennya menyenangkan itu akan membuat saya semangat belajar.	7 14%	23 46%	18 32%	1 2%	1 2%	50 (100%)
9	Bagi saya dosen selalu memberikan materi-materi yang membuat gairah belajar makin meningkat	18 32%	21 42%	10 20%	1 2%	0 -	50 (100%)
10	Setiap materi yang dijelaskan, selalu membuat	10 20%	36 72%	4 8%	0 -	0 -	50 (100%)

	saya menyimaknya.						
11	Bagi saya, salah satu yang membuat saya termotivasi untuk semangat belajar adalah dosen	31 62%	14 28%	3 6%	2 4%	0 -	50 (100%)
12	Bagi saya, setiap dosen adalah pendidik sekaligus menjadi orang tua.	16 32%	32 64%	2 4%	0 -	0 -	50 (100%)
13	Bagi saya dosen yang menakutkan membuat gairah belajar saya berkurang	8 16%	22 44%	15 30%	4 8%	1 2%	50 (100%)
14	Bagi saya, sebaliknya dosen yang baik dan bijak membuat saya bergairah untuk belajar dan mengikuti perkuliahan.	11 22%	24 48%	15 30%	0 -	0 -	50 (100%)
15	Bagi saya, Program ekonomi syari'ah adalah pilihan pertama saya sebelum kuliah di IAIN Palopo	8 16%	10 20%	28 56%	4 (8%)	0 -	50 (100%)
Variabel X							
1	Saya bertanggung jawab penuh atas pekerjaan saya sebagai dosen	10 100%	0 -	0 -	0 -	0 -	10 (100%)
2	Sebelum melaksanakan pekerjaan, saya terlebih dahulu menyiapkan materi perkuliahan untuk diajarkan esok harinya	8 80%	2 20%	0 -	0 -	0 -	10 (100%)
3	Rencana bahan materi, saya susun berdasarkan analisis kemampuan mahasiswa.	4 40%	6 60%	0 -	0 -	0 -	10 (100%)
4	Pada awal perkuliahan saya memulai dengan interaksi dengan selalu membuat kontrak perkuliahan pada mahasiswa	10 100%	0 -	0 -	0 -	0 -	10 (100%)
5	Saya selalu melaksanakan S3B (Senyum, Sapa, Salam dan Basmalah)	10 100%	0 -	0 -	0 -	0 -	10 (100%)
6	Saya dapat mengendalikan perkuliahan dengan baik sehingga perhatian mahasiswa terfokus pada materi yang disampaikan	8 80%	1 10%	1 10%	0 -	0 -	10 (100%)
7	Media yang saya gunakan	8	2	0	0	0	10

	dalam menyampaikan materi perkuliahan menarik sehingga berhasil memusatkan perhatian mahasiswa	80%	20%	-	-	-	(100%)
8	Saya berusaha memberikan materi yang mengacuh pada buku-buku yang ada dipergustakaan dengan inisiatif agar mahasiswa lebih sering keperpustakaan	8 80%	2 20%	0 -	0 -	0 -	10 (100%)
9	Agar materi perkuliahan dapat diselesaikan sesuai dengan kalender akademik, maka saya membuat rencana pertemuan dari awal sampai akhir.	10 100%	0 -	0 -	0 -	0 -	10 (100%)
10	Rencana pertemuan yang telah saya susun, saya usahakan untuk ditepati agar materi benar-benar rampun.	10 100%	0 -	0 -	0 -	0 -	10 (100%)
11	Agar mahasiswa dapat menggunakan waktu belajarnya dengan baik, saya membentuk kelompok belajar dan saya memantau kegiatan itu dalam bentuk presentase. Dengan penilaian sejauh mana mahasiswa memahami isi materinya	10 100%	0 -	0 -	0 -	0 -	10 (100%)
12	Saya memberikan bahan memancing rasa ingin tahu mahasiswa dalam setiap materi pertemuan sehingga ada intraksi. Jadi setiap kali mengajar saya adakan tanya jawab.	8 80%	2 20%	0 -	0 -	0 -	10 (100%)
13	Mahasiswa yang menjawab pertanyaan dengan baik, langsung saya katakan bagus dan saya berikan tambahan nilai agar termotivasi belajar	9 90%	1 10%	0 -	0 -	0 -	10 (100%)
14	Setiap permasalahan saya selesaikan dengan pemikiran yang bijak dan	9 90%	1 10%	0 -	0 -	0 -	10 (100%)

	saya selalu menempatkan hubungan nyaman terhadap mahasiswa						
15	Mahasiswa yang kurang mampu mengikuti penjelasan secara bersama-sama di kelas, saya berikan penjelasan secara sendiri	9 90%	1 10%	0 -	0 -	0 -	10 100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2015



