

## BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Karakteristik Profil Responden

Berdasarkan data dari 115 responden nasabah KSUS BMT Trans Mekar Sari Tanjung Lago melalui daftar pernyataan atau kuesioner di dapat kondisi responden berdasarkan usia, pendidikan terakhir, pekerjaan dan jenis kelamin. Penggolongan yang dilakukan terhadap responden dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara jelas karakteristik responden sebagai objek penelitian.

#### 1. Usia Responden

Berikut adalah karakteristik profil responden dalam penelitian ini berdasarkan usia :

**Tabel 4.1  
Responden Berdasarkan Usia**

| USIA  |       |           |         |               |                    |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
|       |       | Frecuency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid | <20   | 17        | 14,8    | 14,8          | 14,8               |
|       | 21-30 | 30        | 26,1    | 26,1          | 40,9               |
|       | 31-40 | 40        | 34,8    | 34,8          | 75,5               |
|       | >40   | 28        | 24,3    | 24,3          | 100,0              |
| Total |       | 115       | 100,0   | 100,0         |                    |

Sumber : Penelitian Lapangan, 2021 (Data diolah SPSS)

Berdasarkan keterangan tabel 4.1, memperlihatkan bahwa nasabah KSUS BMT Trans Mekar Sari Mandiri Tanjung Lago yang diambil sebagai responden sebagian besar berusia 31-40 tahun.

#### 2. Pendidikan Terakhir

Berikut adalah karakteristik profil responden dalam penelitian ini berdasarkan pendidikan terakhir :

**Tabel 4.2**  
**Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

| <b>PENDIDIKAN TERAKHIR</b> |         |           |         |               |                    |
|----------------------------|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
|                            |         | Frecuency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid                      | Sarjana | 30        | 26,1    | 26,1          | 26,1               |
|                            | Diploma | 4         | 3,5     | 3,5           | 29,6               |
|                            | SMA     | 46        | 40,0    | 40,0          | 69,6               |
|                            | SMP     | 19        | 16,5    | 16,5          | 86,1               |
|                            | SD      | 16        | 13,9    | 13,9          | 100,0              |
| Total                      |         | 115       | 100,0   | 100,0         |                    |

Sumber : Penelitian Lapangan, 2021 (Data diolah SPSS)

Berdasarkan keterangan tabel 4.2, memberikan informasi bahwa sebagian besar nasabah KSUS BMT Trans Mekar Sari Mandiri Tanjung Lago yang diambil sebagai responden pendidikan terakhir Sekolah Menengah Atas (SMA).

### 3. Pekerjaan

Berikut adalah karakteristik profil responden dalam penelitian ini berdasarkan pekerjaan :

**Tabel 4.3**  
**Responden Berdasarkan Pekerjaan**

| <b>PEKERJAAN</b> |            |           |         |               |                    |
|------------------|------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
|                  |            | Frecuency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid            | IRT        | 28        | 24,3    | 24,3          | 24,3               |
|                  | Wiraswasta | 17        | 14,8    | 14,8          | 39,1               |
|                  | Petani     | 26        | 22,6    | 22,6          | 61,7               |
|                  | Guru       | 8         | 7,0     | 7,0           | 68,7               |
|                  | Lain-lain  | 36        | 31,3    | 31,3          | 100,0              |
| Total            |            | 115       | 100,0   | 100,0         |                    |

Sumber : Penelitian Lapangan, 2021 (Data diolah SPSS)

Berdasarkan keterangan tabel 4.3, memberikan informasi bahwa sebagian nasabah KSUS BMT Trans Mekar Sari Mandiri Tanjung Lago yang diambil sebagai responden pekerjaan lain-lain.

#### 4. Jenis Kelamin

Berikut adalah karakteristik profil responden dalam penelitian ini berdasarkan jenis kelamin :

**Tabel 4.4**  
**Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

| JENIS KELAMIN |           |           |         |               |                    |
|---------------|-----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
|               |           | Frecuency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
| Valid         | Laki-laki | 43        | 37,4    | 37,4          | 37,4               |
|               | Perempuan | 72        | 62,6    | 62,6          | 100,0              |
|               | Total     | 115       | 100,0   | 100,0         |                    |

Sumber : Penelitian Lapangan, 2021 (Data diolah SPSS)

Berdasarkan keterangan tabel 4.4, memberikan informasi bahwa sebagian besar nasabah KSUS BMT Trans Mekar Sari Mandiri Tanjung Lago yang diambil sebagai responden jenis kelamin perempuan.

#### B. Uji Instrumen

##### 1. Uji Validitas

Untuk uji tingkat validitas dilakukan uji signifikansi dengan membandingkan  $r_{tabel}$  dengan nilai pada  $r_{hitung}$  untuk nilai *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-k$ . Dalam penelitian ini  $n$  adalah jumlah sampel yang di pakai dalam penelitian,  $k$  adalah jumlah konstruk. Pada penelitian ini  $df$  dapat dihitung  $115-2$  atau  $df = 113$  dengan  $\alpha$  0.05 didapat  $r_{tabel}$  0.1541, jika  $r_{hitung}$  (untuk tiap-tiap butir pernyataan dapat dilihat pada kolom *corrected item* pernyataan total *correlation* lebih besar dari nilai  $r_{tabel}$  dan nilai  $r$  positif, maka butir pernyataan tersebut dikatakan valid. Berikut adalah tabel hasil uji validitas :

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Citra Perusahaan**

| Variabel         | Item Pernyataan     | Pearson Correlation ( $r_{hitung}$ ) | $r_{tabel}$ (n = 5%) | Hasil |
|------------------|---------------------|--------------------------------------|----------------------|-------|
| Citra Perusahaan | Citra Perusahaan 1  | 0,672                                | 0.1541               | Valid |
|                  | Citra Perusahaan 2  | 0,585                                | 0.1541               | Valid |
|                  | Citra Perusahaan 3  | 0,687                                | 0.1541               | Valid |
|                  | Citra Perusahaan 4  | 0,712                                | 0.1541               | Valid |
|                  | Citra Perusahaan 5  | 0,598                                | 0.1541               | Valid |
|                  | Citra Perusahaan 6  | 0,611                                | 0.1541               | Valid |
|                  | Citra Perusahaan 7  | 0,740                                | 0.1541               | Valid |
|                  | Citra Perusahaan 8  | 0,640                                | 0.1541               | Valid |
|                  | Citra Perusahaan 9  | 0,637                                | 0.1541               | Valid |
|                  | Citra Perusahaan 10 | 0,567                                | 0.1541               | Valid |
|                  | Citra Perusahaan 11 | 0,643                                | 0.1541               | Valid |
|                  | Citra Perusahaan 12 | 0,711                                | 0.1541               | Valid |
|                  | Citra Perusahaan 13 | 0,466                                | 0.1541               | Valid |
|                  | Citra Perusahaan 14 | 0,610                                | 0.1541               | Valid |
|                  | Citra Perusahaan 15 | 0,492                                | 0.1541               | Valid |
|                  | Citra Perusahaan 16 | 0,633                                | 0.1541               | Valid |

Sumber : Penelitian Lapangan, 2021 (Data diolah SPSS)

Dari tabel 4.5 dapat diketahui bahwa seluruh *Pearson Correlation* memiliki  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0.1541) dan bernilai positif. Dengan demikian butir pernyataan tersebut dinyatakan valid.

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan Islami**

| Variabel                  | Item Pernyataan             | Pearson Correlation ( $r_{hitung}$ ) | $r_{tabel}$ (n = 5%) | Hasil |
|---------------------------|-----------------------------|--------------------------------------|----------------------|-------|
| Kualitas Pelayanan Islami | Kualitas Pelayanan Islami 1 | 0,443                                | 0.1541               | Valid |
|                           | Kualitas Pelayanan Islami 2 | 0,599                                | 0.1541               | Valid |
|                           | Kualitas Pelayanan Islami 3 | 0,718                                | 0.1541               | Valid |
|                           | Kualitas Pelayanan Islami 4 | 0,556                                | 0.1541               | Valid |
|                           | Kualitas Pelayanan Islami 5 | 0,643                                | 0.1541               | Valid |
|                           | Kualitas Pelayanan Islami 6 | 0,651                                | 0.1541               | Valid |

|  |                              |       |        |       |
|--|------------------------------|-------|--------|-------|
|  | Kualitas Pelayanan Islami 7  | 0,668 | 0.1541 | Valid |
|  | Kualitas Pelayanan Islami 8  | 0,602 | 0.1541 | Valid |
|  | Kualitas Pelayanan Islami 9  | 0,573 | 0.1541 | Valid |
|  | Kualitas Pelayanan Islami 10 | 0,693 | 0.1541 | Valid |

Sumber : Penelitian Lapangan, 2021 (Data diolah SPSS)

Dari tabel 4.6 dapat diketahui bahwa seluruh *Pearson Correlation* memiliki  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0.1541) dan bernilai positif. Dengan demikian butir pernyataan tersebut dinyatakan valid.

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Nasabah**

| Variabel          | Item Pernyataan     | Pearson Correlation ( $r_{hitung}$ ) | $r_{tabel}$ (n = 5%) | Hasil |
|-------------------|---------------------|--------------------------------------|----------------------|-------|
| Loyalitas Nasabah | Loyalitas Nasabah 1 | 0,684                                | 0.1541               | Valid |
|                   | Loyalitas Nasabah 2 | 0,713                                | 0.1541               | Valid |
|                   | Loyalitas Nasabah 3 | 0,812                                | 0.1541               | Valid |
|                   | Loyalitas Nasabah 4 | 0,743                                | 0.1541               | Valid |
|                   | Loyalitas Nasabah 5 | 0,643                                | 0.1541               | Valid |
|                   | Loyalitas Nasabah 6 | 0,628                                | 0.1541               | Valid |
|                   | Loyalitas Nasabah 7 | 0,647                                | 0.1541               | Valid |
|                   | Loyalitas Nasabah 8 | 0,699                                | 0.1541               | Valid |

Sumber : Penelitian Lapangan, 2021 (Data diolah SPSS 21)

Dari tabel 4.7 dapat diketahui bahwa seluruh *Pearson Correlation* memiliki  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0.1541) dan bernilai positif. Dengan demikian butir pernyataan tersebut dinyatakan valid.

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Nasabah**

| Variabel         | Item Pernyataan    | Pearson Correlation ( $r_{hitung}$ ) | $r_{tabel}$ (n = 5%) | Hasil |
|------------------|--------------------|--------------------------------------|----------------------|-------|
| Kepuasan Nasabah | Kepuasan Nasabah 1 | 0,578                                | 0.1541               | Valid |
|                  | Kepuasan Nasabah 2 | 0,682                                | 0.1541               | Valid |
|                  | Kepuasan Nasabah 3 | 0,664                                | 0.1541               | Valid |
|                  | Kepuasan Nasabah 4 | 0,737                                | 0.1541               | Valid |

|  |                     |       |        |       |
|--|---------------------|-------|--------|-------|
|  | Kepuasan Nasabah 5  | 0,704 | 0.1541 | Valid |
|  | Kepuasan Nasabah 6  | 0,638 | 0.1541 | Valid |
|  | Kepuasan Nasabah 7  | 0,655 | 0.1541 | Valid |
|  | Kepuasan Nasabah 8  | 0,679 | 0.1541 | Valid |
|  | Kepuasan Nasabah 9  | 0,656 | 0.1541 | Valid |
|  | Kepuasan Nasabah 10 | 0,663 | 0.1541 | Valid |

Sumber : Penelitian Lapangan, 2021 (Data diolah SPSS 21)

Dari tabel 4.8 dapat diketahui bahwa seluruh *Pearson Correlation* memiliki  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (0,1541) dan bernilai positif. Dengan demikian butir pernyataan tersebut dinyatakan valid.

## 2. Uji Reabilitas

**Tabel 4.9**  
**Hasil Uji Reabilitas Instrumen**

| Variabel                  | Reabilitas Coeficient | Alpha | Keterangan |
|---------------------------|-----------------------|-------|------------|
| Citra Perusahaan          | 16 item pernyataan    | 0,895 | Reliabel   |
| Kualitas Pelayanan Islami | 10 item pernyataan    | 0,814 | Reliabel   |
| Loyalitas Nasabah         | 8 item pernyataan     | 0,847 | Reliabel   |
| Kepuasan Nasabah          | 10 item pernyataan    | 0,860 | Reliabel   |

Sumber : Data di olah SPSS, 2021

Dari tabel 4.9 dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki *Cronbach's Alpha*  $> 0,60$ . Dengan demikian, penelitian yang meneliti variabel citra perusahaan, kualitas pelayanan islami, loyalitas nasabah dan kepuasan nasabah dapat dikatakan reliabile atau reliabel.

## C. Hasil Analisis Data

### 1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan gambaran atau deskripsi suatu data yang diteliti. Data penelitian terdiri dari jumlah data, nilai minimum, nilai maximum, nilai rata-rata (mean) serta standar deviasi. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi,

gambaran, atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

Berdasarkan hasil uji statistik variabel-variabel pada penelitian ini dengan data diperoleh dari data yang telah diolah menggunakan program SPSS yaitu :

- a. Analisis deskriptif variabel citra perusahaan diperoleh nilai rata-rata secara keseluruhan sebesar 4,20. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa setuju dengan citra perusahaan KSUS BMT Trans Mekar Sari Mandiri. Hal ini dikarenakan KSUS BMT Trans Mekar Sari Mandiri memiliki citra yang baik.
- b. Analisis deskriptif variabel kualitas pelayanan islami diperoleh nilai rata-rata secara keseluruhan sebesar 4,14. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa setuju dengan Kualitas Pelayanan Islami KSUS BMT Trans Mekar Sari Mandiri. Hal ini dikarenakan KSUS BMT Trans Mekar Sari Mandiri sangat mengutamakan pelayan kepada nasabahnya.
- c. Analisis deskriptif variabel loyalitas nasabah diperoleh nilai rata-rata secara keseluruhan sebesar 4,09. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa setuju dengan Loyalitas Nasabah KSUS BMT Trans Mekar Sari Mandiri.
- d. Analisis deskriptif variabel kepuasan nasabah diperoleh nilai rata-rata secara keseluruhan sebesar 4,15. Hal ini menunjukkan bahwa responden merasa setuju dengan Kepuasan Nasabah KSUS BMT Trans Mekar Sari Mandiri. Hal ini dikarenakan KSUS BMT Trans Mekar Sari Mandiri memberikan pelayanan yang baik sehingga nasabah merasa puas.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen dan independen mempunyai distribusi normal atau tidak dalam penelitian ini. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal, uji asumsi normalitas dapat di uji dengan *Kolmogorov Smirnov*. Dalam penelitian ini hasil yang dapat dikatakan normal jika hasil (sig)  $> 0,05$ . Hasil uji normalitas dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

**Tabel 4.10**

#### **Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov Test***

|                      | Unstandardized Residual Persamaan 1 | Unstandardized Residual Persamaan 2 |
|----------------------|-------------------------------------|-------------------------------------|
| Asymp.Sig (2 Tailed) | 0,867                               | 0,812                               |

Sumber : Penelitian Lapangan, 2021 (Data diolah SPSS 21)

Berdasarkan tabel 4.10, hasil uji normalitas diketahui signifikansi pada persamaan 1 adalah  $0,867 > 0,05$  dan pada persamaan 2 yaitu  $0,812 > 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi dan modal regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

### b. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah data yang akan dianalisis berhubungan secara linier atau tidak. Data dikatakan linier apabila nilai Sig. pada *Linierity*  $< 0,05$ , maka model regresi berdistribusi linier. Berikut hasil uji linieritas pada penelitian ini:

**Tabel 4.11**  
**Persamaan 1**  
**Uji Linearitas Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah**

**ANOVA Table**

|   |                |                          | Sum of Squares | Df  | Mean Square | F      | Sig. |
|---|----------------|--------------------------|----------------|-----|-------------|--------|------|
| Loyalitas Nasabah *<br>Citra Perusahaan | Between Groups | (Combined)               | 1171,340       | 27  | 43,383      | 5,287  | ,000 |
|   |                | Linearity                | 791,204        | 1   | 791,204     | 96,429 | ,000 |
|   |                | Deviation from Linearity | 380,136        | 26  | 14,621      | 1,782  | ,025 |
| Within Groups                           |                |                          | 713,842        | 87  | 8,205       |        |      |
| Total                                   |                |                          | 1885,183       | 114 |             |        |      |

Sumber : Penelitian Lapangan, 2021 (Data diolah SPSS 21)

Berdasarkan tabel 4.11 di atas diperoleh nilai Sig. *Linierity* sebesar  $0,000 < 0,05$ , yang berarti regresi linier dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh dari Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah

**Tabel 4.12**  
**Persamaan 2**  
**Uji Linearitas Kualitas Pelayanan Islami terhadap Loyalitas Nasabah**

**ANOVA Table**

|  |                |                          | Sum of Squares | Df  | Mean Square | F      | Sig. |
|--|----------------|--------------------------|----------------|-----|-------------|--------|------|
| Loyalitas Nasabah *<br>Kualitas Pelayanan Islami | Between Groups | (Combined)               | 812,532        | 19  | 42,765      | 3,787  | ,000 |
|  |                | Linearity                | 613,239        | 1   | 613,239     | 54,312 | ,000 |
|  |                | Deviation from Linearity | 199,292        | 18  | 11,072      | ,981   | ,488 |
| Within Groups                                    |                |                          | 1072,651       | 95  | 11,291      |        |      |
| Total  |                |                          | 1885,183       | 114 |             |        |      |

Sumber : Penelitian Lapangan, 2021 (Data diolah SPSS 21)

Berdasarkan tabel 4.12 di atas diperoleh nilai Sig. *Linierity* sebesar  $0,000 < 0,05$ , yang berarti regresi linier dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh dari Kualitas Pelayanan Islami terhadap Loyalitas Nasabah.

**Tabel 4.13**  
**Persamaan 3**  
**Uji Linearitas Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Nasabah**

**ANOVA Table**

|  |                |                          | Sum of Squares | df    | Mean Square | F       | Sig. |
|--|----------------|--------------------------|----------------|-------|-------------|---------|------|
| Kepuasan Nasabah *<br>Citra Perusahaan | Between Groups | (Combined)               | 1418,370       | 27    | 52,532      | 6,472   | ,000 |
|  |                | Linearity                | 1145,523       | 1     | 1145,523    | 141,121 | ,000 |
|  |                | Deviation from Linearity | 272,847        | 26    | 10,494      | 1,293   | ,188 |
| Within Groups                          |                | 706,204                  | 87             | 8,117 |             |         |      |
| Total                                  |                | 2124,574                 | 114            |       |             |         |      |

Sumber : Penelitian Lapangan, 2021 (Data diolah SPSS 21)

Berdasarkan tabel 4.13 di atas diperoleh nilai Sig. *Linierity* sebesar  $0,000 < 0,05$ , yang berarti regresi linier dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh dari Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Nasabah.

**Tabel 4.14**  
**Persamaan 4**  
**Uji Linearitas Kualitas Pelayanan Islami terhadap Kepuasan Nasabah**

**ANOVA Table**

|   |                |                          | Sum of Squares | df     | Mean Square | F      | Sig. |
|---|----------------|--------------------------|----------------|--------|-------------|--------|------|
| Kepuasan Nasabah *<br>Kualitas Pelayanan Islami | Between Groups | (Combined)               | 1113,366       | 19     | 58,598      | 5,505  | ,000 |
|   |                | Linearity                | 863,249        | 1      | 863,249     | 81,100 | ,000 |
|   |                | Deviation from Linearity | 250,117        | 18     | 13,895      | 1,305  | ,202 |
| Within Groups                                   |                | 1011,208                 | 95             | 10,644 |             |        |      |
| Total   |                | 2124,574                 | 114            |        |             |        |      |

Sumber : Penelitian Lapangan, 2021 (Data diolah SPSS 21)

Berdasarkan tabel 4.14 di atas diperoleh nilai Sig. *Linierity* sebesar  $0,000 < 0,05$ , yang berarti regresi linier dapat digunakan

untuk menjelaskan pengaruh dari Kualitas Pelayanan Islami terhadap Kepuasan Nasabah.

**Tabel 4.15**  
**Persamaan 5**  
**Uji Linearitas Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah**

**ANOVA Table**

|   |                |                          | Sum of Squares | df    | Mean Square | F       | Sig. |
|---|----------------|--------------------------|----------------|-------|-------------|---------|------|
| Loyalitas Nasabah *<br>Kepuasan Nasabah | Between Groups | (Combined)               | 1124,966       | 17    | 66,174      | 8,444   | ,000 |
|   |                | Linearity                | 921,346        | 1     | 921,346     | 117,559 | ,000 |
|   |                | Deviation from Linearity | 203,619        | 16    | 12,726      | 1,624   | ,077 |
| Within Groups                           |                | 760,217                  | 97             | 7,837 |             |         |      |
| Total                                   |                | 1885,183                 | 114            |       |             |         |      |

Sumber : Penelitian Lapangan, 2021 (Data diolah SPSS 21)

Berdasarkan tabel 4.15 di atas diperoleh nilai Sig. *Linierity* sebesar  $0,000 < 0,05$ , yang berarti regresi linier dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh dari Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah.

Berdasarkan analisis regresi di atas yang terdiri dari 5 persamaan, diperoleh 5 persamaan data yg linier dan dapat digunakan untuk menjelaskan persamaan tersebut. Sehingga dapat disimpulkan bahwa uji linieritas dari 5 persamaan di atas dengan menggunakan metode *Linierity* dikatakan berdistribusi linier.

### c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah terjadi interkorelasi (hubungan yang erat) antara variabel-variabel independen dalam suatu regresi linear berganda.

**Tabel 4.16**  
**Uji Multikolinieritas Tolerance dan VIF**

| Model                     | Persamaan 1 |       | Persamaan 2 |       |
|---------------------------|-------------|-------|-------------|-------|
|                           | Tolerance   | VIF   | Tolerance   | VIF   |
| Citra Perusahaan          | 0,552       | 1,812 | 0,392       | 2,548 |
| Kualitas Pelayanan Islami | 0,552       | 1,812 | 0,506       | 1,978 |
| Kepuasan Nasabah          |             |       | 0,422       | 2,368 |

Sumber : Penelitian Lapangan, 2021 (Data diolah SPSS 21)

Berdasarkan data pada tabel 4.16, hasil uji multikolinieritas menggunakan uji *tolerance* dan VIF. Diketahui nilai pengujian pada penelitian ini, nilai *tolerance* harus  $> 0,1$  dan nilai VIF  $< 10$ . Pada penelitian ini, persamaan 1 menunjukkan nilai *tolerance*  $0,552 > 0,1$  dan nilai VIF  $1,812 < 10$ . Pada persamaan 2, nilai *tolerance* variabel  $X_1$ ,  $X_2$ , dan M (Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan Islami, dan Kepuasan Nasabah)  $> 0,1$  dan nilai VIF  $< 10$ . Maka dapat disimpulkan bahwa persamaan 1 dan 2 dianggap tidak mengalami gejala multikolinieritas.

#### **d. Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Pada penelitian ini menggunakan Uji Glejser dengan melihat nilai dari sig variabel independen dengan ketentuan pada uji-t untuk variabel independen 89 memiliki nilai sig  $> 0,05$  sehingga dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

**Tabel 4.17**  
**Uji Heteroskedastisitas dengan Metode Glejser**

| <i>Coefficients<sup>a</sup></i> |                    |                    |
|---------------------------------|--------------------|--------------------|
| <b>Model</b>                    | <b>Persamaan 1</b> | <b>Persamaan 2</b> |
|                                 | <b>Sig.</b>        | <b>Sig.</b>        |
| Citra Perusahaan                | 0,405              | 0,025              |
| Kualitas Pelayanan<br>Islami    | 0,669              | 0,154              |
| Kepuasan Nasabah                |                    | 0,000              |

Sumber : Penelitian Lapangan, 2021 (Data diolah SPSS 21)

Pengujian Heteroskedastisitas berdasarkan tabel 4.17 di atas menunjukkan bahwa model regresi yang dilihat pada tabel *coefficients* dengan menggunakan uji glejser tidak terjadi heteroskedastisitas. Diketahui bahwa pada Persamaan 1 nilai sig variabel citra perusahaan sebesar 0,405 dan nilai sig variabel kualitas pelayanan islami sebesar 0,669. Kemudian Persamaan 2 nilai sig variabel citra perusahaan, kualitas pelayanan islami, kepuasan nasabah < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa persamaan 2 dianggap mengalami gejala heteroskedastisitas.

### 3. Pengujian Analisis Jalur (*Path Analysis*)

#### a) Analisis Substruktural I

**Tabel 4.18**  
**Hasil Perhitungan Regresi Linier**

| <i>Coefficients<sup>a</sup></i> |                                    |                   |
|---------------------------------|------------------------------------|-------------------|
| <b>Model</b>                    | <i>Unstandardized Coefficients</i> |                   |
|                                 | <b>B</b>                           | <b>Std. Error</b> |
| 1 (Constant)                    | 4,854                              | 3,013             |
| Citra Perusahaan                | 0,370                              | 0,055             |
| Kualitas Pelayanan Islami       | 0,285                              | 0,089             |

a. Dependent Variabel : Kepuasan Nasabah

Sumber : Penelitian Lapangan, 2021 (Data diolah SPSS 21)

Berdasarkan tabel 4.18 di atas diperoleh nilai koefisien regresi dari masing-masing nilai variabel. Persamaan di atas dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y = \beta \text{ Nilai Constant} + \beta \text{ Citra Perusahaan} + \beta \text{ Kualitas Pelayanan Islami} + e1$$

$$Y = 4,854 + 0,370 + 0,285 + e1$$

Berdasarkan perhitungan regresi linier berganda di atas menunjukkan bahwa:

- 1) Koefisien konstanta sebesar 4,854 berarti apabila nilai Citra Perusahaan ( $X_1$ ) dan Kualitas Pelayanan Islami ( $X_2$ ) nilainya tetap, maka Kepuasan Nasabah nilainya sebesar 4,854.
- 2) Hasil perhitungan nilai koefisien variabel Citra Perusahaan ( $X_1$ ) sebesar 0,370 yang berarti apabila variabel Citra Perusahaan meningkat maka akan berpengaruh terhadap peningkatan Kepuasan Nasabah sebesar 0,370.
- 3) Hasil perhitungan nilai koefisien variabel Kualitas Pelayanan Islami ( $X_2$ ) nilainya sebesar 0,285 yang berarti apabila variabel Kualitas Pelayanan Islami meningkat maka akan berpengaruh terhadap nilai Kepuasan Nasabah sebesar 0,285.

**Tabel 4.19**  
**Pengaruh Citra Perusahaan secara parsial terhadap Kepuasan Nasabah**

| <i>Coefficients*</i>   |                                  |          |             |
|------------------------|----------------------------------|----------|-------------|
| <b>Model</b>           | <i>Standardized Coefficients</i> | <b>T</b> | <b>Sig.</b> |
|                        | <b>Beta</b>                      |          |             |
| 1 ( <i>Constanta</i> ) |                                  | 1,611    | 0,110       |
| Citra Perusahaan       | 0,557                            | 6,742    | 0,000       |

Sumber : Penelitian Lapangan, 2021 (Data diolah SPSS)

Jika  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$  atau  $(-) t\text{-hitung} < (-) t\text{-tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, jika  $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$  atau  $(-) t\text{-hitung} > (-) t\text{-tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Besarnya angka  $t\text{-tabel}$  dengan taraf signifikansi sebesar 0,05 dan derajat kebebasan  $(dk) = (n-3) = (115-3) = 112$ . Dari ketentuan tersebut diperoleh  $t\text{-tabel}$  sebesar 1,98137. Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Nasabah secara parsial berdasarkan hasil perhitungan maka diperoleh angka  $t\text{-hitung}$  6,742  $>$  1,98137 dan nilai signifikansi sebesar 0,000  $<$  0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima dengan pengaruh positif antar variabel Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Nasabah dengan nilai sebesar 0,557 atau terjadi peningkatan sebesar 55,7%.

**Tabel 4.20**  
**Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami secara parsial terhadap Kepuasan Nasabah**

| <i>Coefficients*</i>      |                                  |          |             |
|---------------------------|----------------------------------|----------|-------------|
| <b>Model</b>              | <i>Standardized Coefficients</i> | <b>T</b> | <b>Sig.</b> |
|                           | <b>Beta</b>                      |          |             |
| 1 ( <i>Constanta</i> )    |                                  | 1,611    | 0,110       |
| Kualitas Pelayanan Islami | 0,264                            | 3,197    | 0,002       |

Sumber: Data diolah, 2021

Jika  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$  atau  $(-) t\text{-hitung} < (-) t\text{-tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, jika  $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$  atau  $(-) t\text{-hitung} > (-) t\text{-tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Besarnya angka  $t\text{-tabel}$  dengan taraf signifikansi sebesar 0,05 dan derajat kebebasan  $(dk) = (n-3) = (115-3) = 112$ . Dari ketentuan tersebut diperoleh  $t\text{-tabel}$  sebesar 1,98137. Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami terhadap Kepuasan Nasabah secara parsial berdasarkan hasil perhitungan maka diperoleh angka  $t\text{-hitung}$  3,197  $>$  1,98137 dan nilai signifikansi sebesar 0,002  $<$

0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima dengan pengaruh positif antar variabel Kualitas Pelayanan Islami terhadap Kepuasan Nasabah dengan nilai sebesar 0,264 atau terjadi peningkatan sebesar 26,4%.

**Tabel 4.21**  
**Tabel ANOVA dengan nilai F dan Sig**

| ANOVA             |          |       |
|-------------------|----------|-------|
| Model             | <i>F</i> | Sig.  |
| <i>Regression</i> | 76,612   | 0,000 |

Sumber : Penelitian Lapangan, 2021 (Data diolah SPSS)

Jika  $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima dan sebaliknya jika  $F\text{-hitung} < F\text{-tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Berdasarkan tabel 4.16 di atas diperoleh nilai  $F\text{-hitung}$  sebesar 76,612 sedangkan  $F\text{-tabel}$  untuk tarif nyata sebesar 3,08 serta  $df_1 = k-1$  yaitu 3 dan  $df_2 = n-k$  (115-3) yaitu 112. Dari perhitungan tersebut diperoleh nilai  $F\text{-hitung}$  sebesar  $76,612 > F\text{-tabel}$  sebesar 3,08 dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan demikian model regresi tersebut dapat dikatakan layak dan benar, sehingga Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Islami secara simultan mempengaruhi Kepuasan Nasabah.

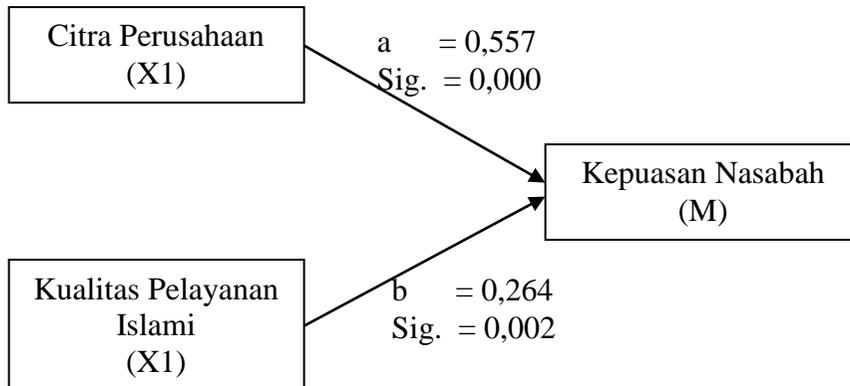
**Tabel 4.22**  
**Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Islami secara simultan terhadap Kepuasan Nasabah**

| Model Summary |                 |
|---------------|-----------------|
| Model         | <i>R Square</i> |
| 1             | 0,578           |

Sumber : Penelitian Lapangan, 2021 (Data diolah SPSS)

Berdasarkan tabel 4.22 angka *R Square* ( $R^2$ ) sebesar 0,578 yang berarti bahwa variabel Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Islami berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah yaitu sebesar 57,8%.

**Gambar 4.1**  
**Persamaan Substruktural 1**



Sumber : Dikembangkan dalam penelitian ini

$$M = \beta X_1 + \beta X_2 + e_1 \text{ (Persamaan Struktural 1)}$$

$$M \text{ (DPR)} = \beta CR + \beta NPM + e_1 \text{ (Persamaan Struktural 1)}$$

Tiga persamaan subtruktural I, yaitu:

- 1) Persamaan regresi sederhana variabel independen Citra Perusahaan (X1) terhadap variabel intervening yaitu Kepuasan Nasabah (M). Berdasarkan hasil analisis diperoleh bukti bahwa Citra Perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Nasabah dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  serta koefisien regresi ( $a$ ) = 0,557.
- 2) Persamaan regresi sederhana variabel independen Kualitas Pelayanan Islami (X2) terhadap variabel intervening yaitu Kepuasan Nasabah (M). Berdasarkan hasil analisis diperoleh bukti bahwa Kualitas Pelayanan Islami memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap

variabel Kepuasan Nasabah dengan nilai signifikansi sebesar 0,002 < 0,05 serta koefisien regresi (b) = 0,264.

## b) Analisis Substruktural II

**Tabel 4.23**  
**Hasil Perhitungan Regresi Linier**

| <i>Coefficients*</i>      |                                    |                   |
|---------------------------|------------------------------------|-------------------|
| <b>Model</b>              | <i>Unstandardized Coefficients</i> |                   |
|                           | <b>B</b>                           | <i>Std. Error</i> |
| 1 ( <i>Constant</i> )     | 0,040                              | 3,020             |
| Citra Perusahaan          | 0,147                              | 0,065             |
| Kualitas Pelayanan Islami | 0,133                              | 0,092             |
| Kepuasan Nassabah         | 0,418                              | 0,094             |

b. Dependent Variabel : Loyalitas Nasabah

Sumber : Penelitian Lapangan, 2021 (Data diolah SPSS 21)

Berdasarkan tabel 4.23 di atas diperoleh nilai koefisien regresi dari masing-masing nilai variabel. Persamaan di atas dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y = \beta \text{ Nilai Constant} + \beta_{CR} + \beta_{NPM} + \beta_M + e_2$$

$$Y = 0,040 + 0,147 + 0,133 + 0,418 + e_2$$

Berdasarkan perhitungan regresi linier berganda di atas menunjukkan bahwa:

- 1) Koefisien konstanta sebesar 0,040 berarti apabila nilai Citra Perusahaan ( $X_1$ ) dan Kualitas Pelayanan Islami ( $X_2$ ) dan Kepuasan Nasabah (M) nilainya tetap, maka Loyalitas Nasabah nilainya sebesar 0,040.
- 2) Hasil perhitungan nilai koefisien variabel Citra Perusahaan ( $X_1$ ) sebesar 0,147 yang berarti apabila variabel Citra Perusahaan meningkat maka akan berpengaruh terhadap peningkatan Loyalitas Nasabah sebesar 0,147.

- 3) Hasil perhitungan nilai koefisien variabel Kualitas Pelayanan Islami ( $X_2$ ) nilainya sebesar 0,133 yang berarti apabila variabel Kualitas Pelayanan Islami meningkat maka akan berpengaruh terhadap nilai Loyalitas Nasabah sebesar 0,133.
- 4) Hasil perhitungan nilai koefisien variabel Kepuasan Nasabah (M) nilainya sebesar 0,418 yang berarti apabila variabel Kepuasan Nasabah meningkat maka akan berpengaruh terhadap peningkatan Loyalitas Nasabah sebesar 0,418.

**Tabel 4.24**  
**Pengaruh Citra Perusahaan secara parsial terhadap Loyalitas Nasabah**

| <i>Coefficients*</i>   |                                  |          |             |
|------------------------|----------------------------------|----------|-------------|
| <b>Model</b>           | <i>Standardized Coefficients</i> | <b>T</b> | <b>Sig.</b> |
|                        | <b>Beta</b>                      |          |             |
| 1 ( <i>Constanta</i> ) |                                  | 0,013    | 0,990       |
| Citra Perusahaan       | 0,235                            | 2,277    | 0,025       |

Sumber : Penelitian Lapangan, 2021 (Data diolah SPSS)

Jika  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$  atau  $(-) t\text{-hitung} < (-) t\text{-tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, jika  $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$  atau  $(-) t\text{-hitung} > (-) t\text{-tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Besarnya angka  $t\text{-tabel}$  dengan taraf signifikansi sebesar 0,05 dan derajat kebebasan ( $dk$ ) =  $(n-4) = (115-4) = 111$ . Dari ketentuan tersebut diperoleh  $t\text{-tabel}$  sebesar 1,98157. Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah secara parsial berdasarkan hasil perhitungan maka diperoleh angka  $t\text{-hitung}$   $2,277 > 1,98157$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,025 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima dengan adanya pengaruh positif antar variabel Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah dengan nilai sebesar 0,235 atau terjadi penurunan/peningkatan sebesar 23,5%.

**Tabel 4.25**  
**Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami secara parsial terhadap**  
**Loyalitas Nasabah**

| <i>Coefficients*</i>      |                                  |          |             |
|---------------------------|----------------------------------|----------|-------------|
| <b>Model</b>              | <i>Standardized Coefficients</i> | <b>T</b> | <b>Sig.</b> |
|                           | <b>Beta</b>                      |          |             |
| 1 ( <i>Constanta</i> )    | -                                | 0,13     | 0,990       |
| Kualitas Pelayanan Islami | 0,130                            | 1,435    | 0,154       |

Sumber : Penelitian Lapangan, 2021 (Data diolah SPSS)

Jika  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$  atau  $(-) t\text{-hitung} < (-) t\text{-tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, jika  $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$  atau  $(-) t\text{-hitung} > (-) t\text{-tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Besarnya angka  $t\text{-tabel}$  dengan taraf signifikansi sebesar 0,05 dan derajat kebebasan ( $dk$ ) =  $(n-4) = (115-4) = 111$ . Dari ketentuan tersebut diperoleh  $t\text{-tabel}$  sebesar 1,98157. Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami terhadap Loyalitas Nasabah secara parsial berdasarkan hasil perhitungan maka diperoleh angka  $t\text{-hitung}$   $1,435 < 1,98157$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,154 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak dengan adanya pengaruh negatif antar variabel Kualitas Pelayanan Islami terhadap Loyalitas Nasabah dengan nilai sebesar 0,130 atau terjadi penurunan sebesar 13%.

**Tabel 4.26**  
**Pengaruh Kepuasan Nasabah secara parsial terhadap**  
**Loyalitas Nasabah**

| <i>Coefficients*</i>   |                                  |          |             |
|------------------------|----------------------------------|----------|-------------|
| <b>Model</b>           | <i>Standardized Coefficients</i> | <b>T</b> | <b>Sig.</b> |
|                        | <b>Beta</b>                      |          |             |
| 1 ( <i>Constanta</i> ) | -                                | 0,013    | 0,990       |
| Kepuasan Nasabah       | 0,444                            | 4,461    | 0,000       |

Sumber : Penelitian Lapangan, 2021 (Data diolah SPSS 21)

Jika  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$  atau  $(-) t\text{-hitung} < (-) t\text{-tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, jika  $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$  atau  $(-) t\text{-hitung} > (-) t\text{-tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Besarnya angka  $t\text{-tabel}$

dengan taraf signifikansi sebesar 0,05 dan derajat kebebasan (dk) = (n-4) = (115-4) = 111. Dari ketentuan tersebut diperoleh t-tabel sebesar 1,98157. Pengaruh Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah secara parsial berdasarkan hasil perhitungan maka diperoleh angka t-hitung 4,461 > 1,98157 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima dengan adanya pengaruh positif antar variabel Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah dengan nilai sebesar 0,444 atau terjadi penurunan/peningkatan sebesar 44,4%.

**Tabel 4.27**  
**Tabel ANOVA dengan nilai F dan Sig**

| <b>ANOVA</b>      |          |             |
|-------------------|----------|-------------|
| <b>Model</b>      | <b>F</b> | <b>Sig.</b> |
| <i>Regression</i> | 42,842   | 0,000       |

Sumber : Penelitian Lapangan, 2021 (Data diolah SPSS 21)

Jika F-hitung > F-tabel, maka Ho ditolak dan Ha diterima dan sebaliknya jika F-hitung < F-tabel maka Ho diterima dan Ha ditolak. Berdasarkan tabel 4.27 di atas diperoleh nilai F-hitung sebesar 42,842 sedangkan F-tabel untuk taraf nyata sebesar 0,05 serta df 1 = k-1 yaitu 3 dan df 2 = n-k (115 - 4) yaitu 111. Dari perhitungan tersebut diperoleh nilai F-hitung sebesar 42,842 > F-tabel sebesar 2,69 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima. Dengan demikian model regresi tersebut dapat dikatakan layak dan benar, sehingga Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Islami secara simultan mempengaruhi Kepuasan Nasabah.

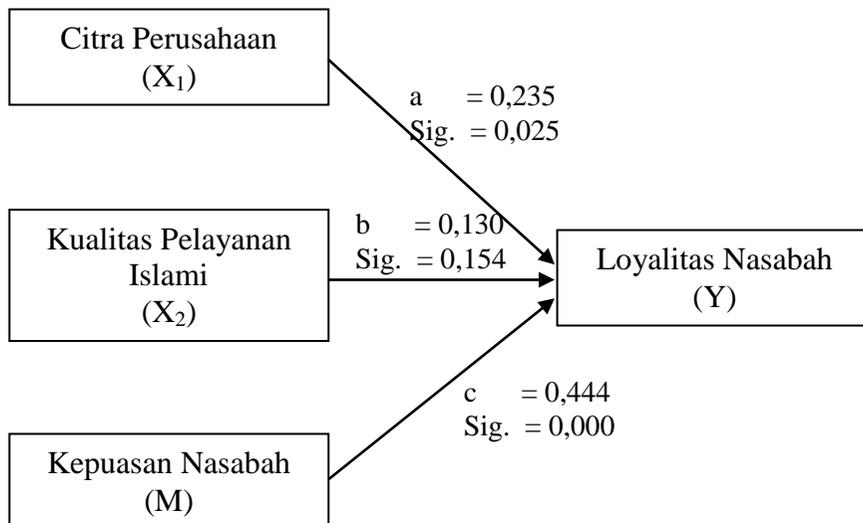
**Tabel 4.28**  
**Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan Islami dan**  
**Kepuasan Nasabah secara simultan terhadap Loyalitas**  
**Nasabah**

| Model Summary |          |
|---------------|----------|
| Model         | R Square |
| 1             | 0,537    |

Sumber : Penelitian Lapangan, 2021 (Data diolah SPSS 21)

Berdasarkan tabel 4.28 angka *R Square* ( $R^2$ ) sebesar 0,537 yang berarti bahwa variabel Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan Islami dan Kepuasan Nasabah berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah yaitu sebesar 53,7%.

**Gambar 4.2**  
**Persamaan Substruktural II**



Sumber : Dikembangkan dalam penelitian ini

$$Y = \beta X_1 + \beta X_2 + \beta M + e_2 \text{ (Persamaan Struktural II)}$$

$$Y \text{ (Perubahan Laba)} = \beta CR + \beta NPM + \beta DPR + e_2 \text{ (Persamaan Struktural II)}$$

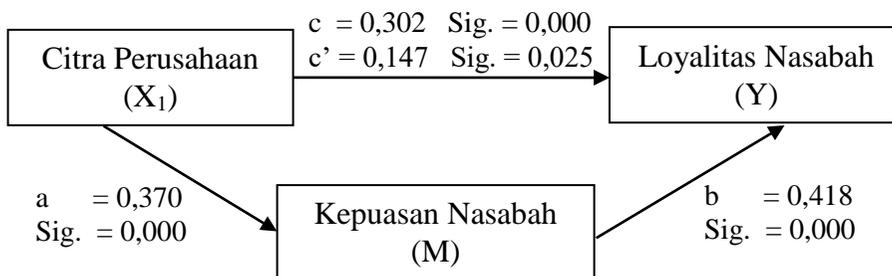
Tiga persamaan subtruktural II, yaitu:

- 1) Persamaan regresi sederhana variabel independen Citra Perusahaan ( $X_1$ ) terhadap variabel Loyalitas Nasabah (Y). Berdasarkan hasil analisis diperoleh bukti bahwa Citra Perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Loyalitas Nasabah dengan nilai signifikansi sebesar  $0,025 < 0,05$  serta koefisien regresi (a) = 0,235.
- 2) Persamaan regresi sederhana variabel independen Kualitas Pelayanan Islami ( $X_2$ ) terhadap variabel dependen yaitu Loyalitas Nasabah (Y). Berdasarkan hasil analisis diperoleh bukti bahwa Kualitas Pelayanan Islami memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Loyalitas Nasabah dengan nilai signifikansi sebesar  $0,154 > 0,05$  serta koefisien regresi (c) = 0,130.
- 3) Persamaan regresi berganda variabel intervening yaitu Kepuasan Nasabah (M) terhadap variabel dependen yaitu Loyalitas Nasabah (Y). Berdasarkan hasil analisis diperoleh bukti bahwa variabel Kepuasan Nasabah berpengaruh signifikan terhadap variabel Loyalitas Nasabah dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  dengan koefisien regresi (c) = 0,444.

#### 4. Pengujian Variabel Intervening (Baron dan Kenny)

- a) Strategi *Causal Step* (Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai variabel intervening)

**Gambar 4.3**  
**Hasil Uji *Causal Step*, Persamaan X1**



Sumber: Dikembangkan dalam penelitian ini

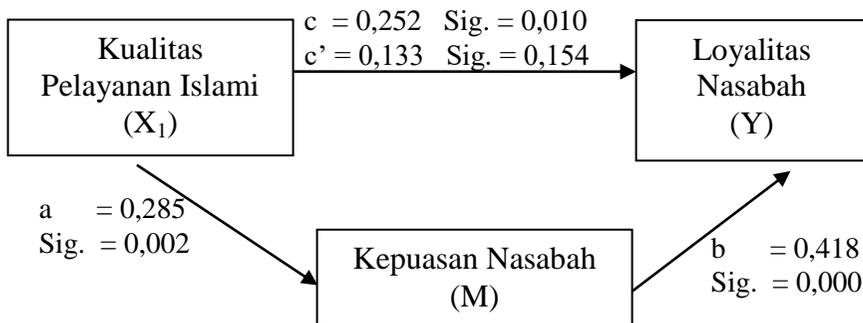
Tiga persamaan regresi yang harus diestimasi strategi *Causal Step*:

- 1) Persamaan regresi sederhana variabel intervening Kepuasan Nasabah (M) terhadap variabel Citra Perusahaan ( $X_1$ ). Berdasarkan hasil analisis diperoleh bukti bahwa Citra Perusahaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap variabel Kepuasan Nasabah dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  serta koefisien regresi ( $a$ ) = 0,370.
- 2) Persamaan regresi sederhana variabel independen Citra Perusahaan ( $X_1$ ) terhadap variabel dependen yaitu Loyalitas Nasabah (Y). Berdasarkan hasil analisis diperoleh bukti bahwa Citra Perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Nasabah dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 > 0,05$  serta koefisien regresi ( $c$ ) = 0,302.
- 3) Persamaan regresi berganda variabel dependen yaitu Loyalitas Nasabah (Y) terhadap variabel Citra Perusahaan ( $X_1$ ) dan variabel intervening yaitu Kepuasan Nasabah (M). Berdasarkan hasil analisis diperoleh bukti bahwa Kepuasan Nasabah signifikan terhadap

Loyalitas Nasabah setelah mengontrol variabel Citra Perusahaan dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai koefisien regresi sebesar  $(b) = 0,418$ , kemudian ditemukan direct effect  $(c') = 0,147 < 0,302$ . Pengaruh variabel independen Citra Perusahaan terhadap variabel dependen yaitu Loyalitas Nasabah dengan nilai signifikansi  $(c') = 0,025 < 0,05$  setelah mengontrol variabel intervening Kepuasan Nasabah. Maka dapat disimpulkan bahwa model ini termasuk ke dalam *partial mediation*, yang berarti variabel independen tidak mampu mempengaruhi secara signifikan variabel dependen tanpa melalui variabel mediator.

**b) Strategi *Causal Step* (Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai variabel intervening)**

**Gambar 4.4**  
**Hasil Uji *Causal Step*,  $X_2$**



Sumber: Dikembangkan dalam penelitian ini

Tiga persamaan regresi yang harus diestimasi strategi *Causal Step*:

- 1) Persamaan regresi sederhana variabel intervening Kepuasan Nasabah (M) terhadap variabel Kualitas Pelayanan Islami ( $X_2$ ). Berdasarkan hasil analisis diperoleh bukti bahwa Kualitas Pelayanan Islami memiliki pengaruh positif signifikan terhadap variabel Kepuasan

Nasabah dengan nilai signifikansi sebesar  $0,002 < 0,05$  serta koefisien regresi (a) = 0,285.

- 2) Persamaan regresi sederhana variabel independen Kualitas Pelayanan Islami ( $X_2$ ) terhadap variabel dependen yaitu Loyalitas Nasabah (Y) Berdasarkan hasil analisis diperoleh bukti bahwa Kualitas Pelayanan Islami memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Kepuasan Nasabah dengan nilai signifikansi sebesar  $0,010 < 0,05$  serta koefisien regresi (c) = 0,252.
- 3) Persamaan regresi berganda variabel dependen yaitu Loyalitas Nasabah (Y) terhadap variabel Kualitas Pelayanan Islami ( $X_2$ ) dan variabel intervening yaitu Kepuasan Nasabah (M). Berdasarkan hasil analisis diperoleh bukti bahwa variabel Kepuasan Nasabah signifikan terhadap variabel Loyalitas Nasabah setelah mengontrol variabel Kualitas Pelayanan Islami dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 > 0,05$  dengan koefisien regresi (b) = 0,418, kemudian ditemukan direct effect (c') = 0,133 < 0,252 dengan nilai signifikansi  $0,154 > 0,05$  setelah mengontrol variabel intervening Kepuasan Nasabah. Maka dapat disimpulkan bahwa model ini termasuk ke dalam *unmediated*, yang berarti variabel independen mampu mempengaruhi secara langsung dan signifikan variabel dependen tanpa melibatkan variabel mediator.

## 5. Perhitungan Pengaruh

**Tabel 4.29**  
**Perhitungan Pengaruh**

| No | Keterangan   | Pengaruh Langsung | Pengaruh Tidak Langsung      | Total Pengaruh |
|----|--|-------------------|------------------------------|----------------|
| 1  | Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah   | 0,482             |                              |                |
| 2  | Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami terhadap Loyalitas Nasabah  | 0,248             |                              |                |
| 3  | Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Nasabah  | 0,557             |                              |                |
| 4  | Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami terhadap Kepuasan Nasabah   | 0,264             |                              |                |
| 5  | Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai variabel intervening          | 0,235             | = (0,482 x 0,444)<br>= 0,214 | = 0,449        |
| 6  | Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai variabel intervening | 0,130             | = (0,248 x 0,444)<br>= 0,110 | = 0,240        |
| 7  | Pengaruh Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah   | 0,444             |                              |                |

Berdasarkan tabel 4.29 di atas, maka dapat diuraikan masing-masing penjelasan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat baik secara langsung maupun melalui variabel intervening sebagai berikut:

**a) Pengaruh Langsung (*Dirrect Effect*)**

Pengaruh variabel hubungan antar Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah:

$$X_1 \longrightarrow Y = 0,482.$$

Pengaruh langsung variabel Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah adalah sebesar 0,482.

Pengaruh variabel Kualitas Pelayanan Islami terhadap Loyalitas Nasabah:

$$X_2 \longrightarrow Y = 0,248.$$

Pengaruh langsung variabel Kualitas Pelayanan Islami terhadap Loyalitas Nasabah adalah sebesar 0,248.

Pengaruh variabel hubungan antar Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Nasabah :

$$X_1 \longrightarrow M = 0,557.$$

Pengaruh langsung variabel Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Nasabah adalah sebesar 0,557.

Pengaruh variabel Kualitas Pelayanan Islami terhadap Kepuasan Nasabah:

$$X_2 \longrightarrow M = 0,264.$$

Pengaruh langsung variabel Kualitas Pelayanan Islami terhadap Kepuasan Nasabah adalah sebesar 0,264.

Pengaruh variabel Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah:

$$M \longrightarrow Y = 0,444.$$

Pengaruh langsung variabel Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah adalah sebesar 0,444.

**b) Pengaruh Tidak Langsung (*Indirect Effect*)**

Pengaruh variabel Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Nasabah melalui Loyalitas Nasabah:

$$X_1 \longrightarrow M \longrightarrow Y = (0,482 \times 0,444) = 0,214.$$

Pengaruh tidak langsung variabel Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah dengan dimediasi oleh variabel intervening Kepuasan Nasabah adalah sebesar 0,214.

Pengaruh variabel Kualitas Pelayanan Islami terhadap Kepuasan Nasabah melalui Loyalitas Nasabah:

$$X_2 \longrightarrow M \longrightarrow Y = (0,248 \times 0,444) = 0,110.$$

Pengaruh tidak langsung variabel Kualitas Pelayanan Islami terhadap Loyalitas Nasabah dengan dimediasi oleh variabel intervening Kepuasan Nasabah adalah sebesar 0,110.

**c) Pengaruh Total (*Total Effect*)**

Pengaruh variabel Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Nasabah melalui Loyalitas Nasabah:

$$X_1 \longrightarrow M \longrightarrow Y = (0,235 + 0,214) = 0,449.$$

Pengaruh total antara variabel Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah dengan dimediasi oleh variabel intervening Kepuasan Nasabah adalah sebesar 0,449.

Pengaruh variabel Kualitas Pelayanan Islami terhadap Kepuasan Nasabah melalui Loyalitas Nasabah:

$$X_2 \longrightarrow M \longrightarrow Y = (0,130 + 0,110) = 0,240.$$

Pengaruh total antara variabel Kualitas Pelayanan Islami terhadap Loyalitas Nasabah dengan dimediasi oleh variabel intervening Kepuasan Nasabah adalah sebesar 0,240.

## 6. Ringkasan Hasil Penelitian

**Tabel 4.30**  
**Ringkasan Hasil Penelitian**

| No. | Hipotesis   | Hasil Penelitian  |
|-----|---|---|
| 1   | Citra Perusahaan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah KSUS BMT Trans Mekar Sari Mandiri   | Variabel Citra Perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap variabel Loyalitas Nasabah dengan besarnya pengaruh Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah yaitu 0,248 dianggap signifikan dengan nilai signifikansi sebesar $0,010 < 0,05$ .                   |
| 2   | Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah KSUS BMT Trans Mekar Sari Mandiri | Variabel Kualitas Pelayanan Islami memiliki pengaruh positif terhadap variabel Loyalitas Nasabah dengan besarnya pengaruh Kualitas Pelayanan Islami terhadap Loyalitas Nasabah yaitu 0,482 dianggap signifikan dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ . |
| 3   | Citra Perusahaan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah KSUS BMT Trans Mekar Sari Mandiri    | Variabel Citra Perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap variabel Kepuasan Nasabah dengan besarnya pengaruh Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Nasabah yaitu 0,557 dianggap signifikan dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ .                     |
| 4   | Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah KSUS BMT Trans Mekar Sari Mandiri  | Variabel Kualitas Pelayanan Islami memiliki pengaruh positif terhadap variabel Kepuasan Nasabah dengan besarnya pengaruh Kualitas Pelayanan Islami terhadap Kepuasan Nasabah yaitu 0,264 dianggap signifikan dengan nilai signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$ .   |
| 5   | Kepuasan Nasabah berpengaruh  | Variabel Kualitas Pelayanan Islami memiliki pengaruh positif terhadap   |

|   |   |   |
|---|---|---|
|   | terhadap Loyalitas Nasabah KSUS BMT Trans Mekar Sari Mandiri  | variabel Kepuasan Nasabah dengan besarnya pengaruh Kualitas Pelayanan Islami terhadap Kepuasan Nasabah yaitu 0,444 dianggap signifikan dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ .   |
| 6 | Citra Perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah KSUS BMT Trans Mekar Sari Mandiri sebagai Variabel Intervening   | Variabel Citra Perusahaan berpengaruh secara tidak langsung terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai variabel intervening. Dengan nilai signifikansi persamaan a dan b sebesar $0,000$ dan $0,000 < 0,05$ sehingga memenuhi syarat ketentuan mediasi, dengan nilai $c'$ sebesar $0,147 < c = 0,302$ sehingga terjadi parsial mediasi. |
| 7 | Kualitas Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah KSUS BMT Trans Mekar Sari Mandiri sebagai Variabel Intervening | Variabel Kualitas Pelayanan Islami berpengaruh secara tidak langsung terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai variabel intervening. Dengan nilai signifikansi persamaan a dan b sebesar $0,002 < 0,05$ dan $0,000 < 0,05$ dengan nilai $c'$ sebesar $0,133 < c = 0,252$ sehingga terjadi <i>unmediated</i> .                          |

## 7. Pembahasan

### a. Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah.

Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan SPSS, secara parsial diperoleh pengaruh variabel Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah dengan angka t-hitung sebesar  $2,277 <$  dari t-tabel  $1,98157$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,025 < 0,05$ . Besarnya pengaruh Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah yaitu  $0,235$  atau  $23,5\%$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Citra Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah.

Menurut Kasali (2003), citra adalah sebuah cerminan dari identitas sebuah organisasi atau perusahaan. Sebuah organisasi atau

perusahaan dapat memiliki beberapa citra yang berbeda-beda di mata publik yang berbeda-beda pula. Citra perusahaan yang baik dimaksudkan agar perusahaan dapat tetap hidup dan orang-orang didalamnya terus mengembangkan kreativitas bahkan memberikan manfaat yang lebih berarti bagi orang lain.

Adapun berdasarkan teori pemasaran syariah, Kertajaya mengungkapkan bahwa prinsip pemasaran syariah mengacu pada nilai-nilai keadilan, kemanfaatan, keseimbangan dan keuniversalan (rahmatan lil alamin).

KSUS BMT Trans Mekar Sari Mandiri berada di Desa Mulasari, Kecamatan Tanjung Lago, Kabupaten Banyuasin dan sedang berkembang pesat sejak pertama beroperasi pada tanggal 29 Agustus 2009 dengan anggota aktif berjumlah 1.151 orang. Pada saat ini, KSUS BMT Trans Mekar Sari Mandiri merupakan salah satu BMT percontohan di kawasan transmigrasi. Hal ini berarti KSUS BMT Trans Mekar Sari Mandiri memiliki citra yang baik terhadap nasabahnya. Selain itu, citra KSUS BMT Trans Mekar Sari Mandiri yang baik membuat nasabah semakin loyal. Berkaitan dengan teori pemasaran syariah, penerapan prinsip keadilan, kemanfaatan, keseimbangan dan keuniversalan merupakan faktor utama yang menjadikan citra KSUS BMT Trans Mekar Sari Mandiri semakin baik terhadap nasabahnya.

Berdasarkan hasil pengujian, diketahui bahwa Citra Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah. Hal ini berarti peningkatan Citra Perusahaan akan diikuti oleh peningkatan Loyalitas Nasabah. Secara signifikan hal tersebut sesuai dengan penelitian Endang Tjahjaningsih (2013) yang menyatakan menyatakan variabel Citra Perusahaan berpengaruh positif terhadap Loyalitas

pelanggan. Sehingga semakin tinggi Citra Perusahaan, maka akan semakin tinggi pula Loyalitas Nasabah.

#### **b. Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami terhadap Loyalitas Nasabah**

Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan SPSS, secara parsial diperoleh pengaruh variabel Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah dengan angka t-hitung sebesar  $1,435 <$  dari t-tabel  $1,98157$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,158 > 0,05$ . Besarnya pengaruh Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah yaitu  $0,130$  atau  $13\%$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan Islami berpengaruh tidak signifikan terhadap Loyalitas Nasabah.

Menurut Kotler dan Amstrong (2004), pelayanan adalah berbagai kegiatan atau manfaat yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud, dan tidak menghasilkan perpindahan kepemilikan. Dalam perusahaan jasa, pelayanan merupakan hal perlu mendapat perhatian khusus. Jika pelayanan yang diberikan karyawan baik, maka nasabah akan merasa puas akan kinerja perusahaan, begitu pula sebaliknya.

Nasabah KSUS BMT Trans Mekar Sari Mandiri merasa puas terhadap pelayanan pegawai KSUS BMT Trans Mekar Sari Mandiri dan membuat nasabah menjadi loyal. Berkaitan dengan teori pemasaran syariah, penerapan akad-akad syariah dalam setiap kali melakukan transaksi sudah diterapkan dengan baik.

Hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian di lapangan bahwa pegawai KSUS BMT Trans Mekar Sari Mandiri dalam melayani nasabah selalu bersikap sopan, menyampaikan informasi dengan bahasa yang mudah dimengerti, memberikan rasa aman dan nyaman, serta membantu nasabah yang mengalami masalah dengan cekatan.

Pernyataan tersebut juga didukung dengan hasil kuesioner yang menyatakan bahwa nasabah setuju dengan pernyataan ini.

Berdasarkan hasil pengujian, diketahui bahwa Kualitas Pelayanan Islami berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah. Hal ini berarti peningkatan Kualitas Pelayanan Islami akan diikuti oleh peningkatan Loyalitas Nasabah. Secara signifikan hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian Suratno, Aziz Fathoni, Andi Tri Haryono (2016) yang menyatakan variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan. Artinya semakin tinggi kualitas pelayanan maka loyalitas pelanggan akan meningkat.

### **c. Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Nasabah.**

Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan SPSS, secara parsial diperoleh pengaruh variabel Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Nasabah dengan angka t-hitung sebesar  $6,742 <$  dari t-tabel  $1,98157$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Besarnya pengaruh Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Nasabah yaitu  $0,557$  atau  $55,7\%$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Citra Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.

Perusahaan diharapkan mengkomunikasikan secara jelas tentang bagaimana perusahaan memenuhi keinginan dan kebutuhan pasar yang berorientasi pada pelanggan sehingga dapat mengarahkan masyarakat dalam mencitrakan perusahaan secara positif. Citra perusahaan akan dapat juga mempengaruhi kepuasan (Sugihartono, 2009).

Mengacu pada salah satu prinsip pemasaran syariah, yaitu kemanfaatan. Citra perusahaan membuat nasabah merasa bangga dan puas apabila menggunakan produk KSUS BMT Trans Mekar Sari

Mandiri. Selain itu juga, produk dan jasa yang ditawarkan relatif normal sesuai dengan kualitas serta manfaatnya.

Berdasarkan hasil pengujian, diketahui bahwa Citra Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Hal ini berarti peningkatan Citra Perusahaan akan diikuti oleh peningkatan Kepuasan Nasabah. Secara signifikan hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian Putri Apriyanti , Djasuro Surya , dan Lutfi (2017) yang menyatakan variabel citra perusahaan berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen.

#### **d. Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami terhadap Kepuasan Nasabah**

Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan SPSS, secara parsial diperoleh pengaruh variabel Kualitas Pelayanan Islami terhadap Kepuasan Nasabah dengan angka t-hitung sebesar  $3,197 <$  dari t-tabel  $1,98157$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,002 < 0,05$ . Besarnya pengaruh Kualitas Pelayanan Islami terhadap Kepuasan Nasabah yaitu  $0,264$  atau  $26,4\%$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan Islami berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.

Keterkaitan kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan citra perusahaan dalam penelitian ini didasari pada pemikiran Hui, Kandampully dan Juwaheer (2009) beserta pemikiran Lai, Griffin dan Babin (2009) yang menyatakan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian tersebut juga didukung oleh hasil penelitian Hart dan Rosenberger III (2004) beserta penelitian Andreassen, Lindestad (1998) yang menyatakan bahwa citra (image) perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Kertajaya mengungkapkan, bahwa ada empat karakteristik yang terdapat pada syariah marketing yang tidak dimiliki oleh pemasaran konvensional, salah satunya yaitu Etis (*akhlaqiyah*). Etis (*akhlaqiyah*) berarti mengedepankan masalah akhlak dalam seluruh aspek kegiatan, yaitu moral dan etika yang bersifat universal. Berkaitan dengan hal tersebut, pegawai KSUS BMT Trans Mekar Sari Mandiri sanggup melayani nasabah dengan segera, tepat waktu, serta sopan tanpa membedakan nasabah. Hal tersebut yang membuat nasabah merasa sangat puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan dibuktikan dengan kuesioner yang diberikan terhadap nasabah.

Berdasarkan hasil pengujian, diketahui bahwa Kualitas Pelayanan Islami berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Hal ini berarti peningkatan Kualitas Pelayanan Islami akan diikuti oleh peningkatan Kepuasan Nasabah. Secara signifikan hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian Indria Sukma Sektiyaningsih, Arif Haryana, dan Sylvia Sari Rosalina (2019) yang menyatakan variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan. Hal ini berarti apabila kualitas pelayanan meningkat maka kepuasan pelanggan akan meningkat pula.

#### **e. Pengaruh Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah**

Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan SPSS, secara parsial diperoleh pengaruh variabel Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah dengan angka t-hitung sebesar  $4,461 >$  dari t-tabel  $1,98157$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Besarnya pengaruh Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah yaitu  $0,444$  atau

44,4%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Kepuasan Nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah.

Menurut Zeithaml (1988) dalam Stan, Caemmerer, Jallet (2013) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai penilaian pelanggan atas pelayanan yang luar biasa atau sangat luar biasa secara keseluruhan. Parasuraman et al (1988) dalam Lee, Hsiao, Yang (2010) berpendapat pelayanan adalah perbedaan antara tingkat pelayanan yang dibentuk dari proses pelayanan pengiriman dan interaksi dari yang menyediakan pelayanan dan pelanggan, evaluasi kualitas tidak hanya melindungi dari evaluasi pelayanan tetapi juga evaluasi proses pelayanan pengiriman yang sesuai dengan kepentingan pelanggan, bukan untuk kepentingan bisnis manager.

Berdasarkan hasil pengujian, diketahui bahwa Kepuasan Nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah. Hal ini berarti peningkatan Kepuasan Nasabah akan diikuti oleh peningkatan Loyalitas Nasabah. Berkaitan dengan nilai inti pemasaran syariah yaitu integritas dan transparansi sehingga marketing tidak bohong dan orang membeli karena utuh dan sesuai dengan keinginan serta kebutuhan. Pada KSUS BMT Trans Mekar Sari Mandiri, produk dan jasa yang ditawarkan dengan harga relatif normal, tidak ada biaya tambahan yang dikeluarkan dan sesuai dengan kebutuhan. Hal tersebut membuat nasabah merasa bangga ketika menggunakan jasa/produk KSUS BMT Trans Mekar Sari Mandiri dan membuat nasabah akan tetap melakukan transaksi serta setia menjadi nasabah KSUS BMT Trans Mekar Sari Mandiri.

Secara signifikan hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian Syafieq Fahlevi Almassawa yang menyatakan bahwa variabel kepuasan

nasabah berpengaruh terhadap variabel loyalitas nasabah. Terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan pelanggan dengan loyalitas pelanggan.

**f. Pengaruh Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai *variabel intervening***

Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan SPSS, secara parsial diperoleh pengaruh signifikan variabel Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah setelah mengontrol variabel Citra Perusahaan dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai koefisien regresi  $(b) = -0,418$ . Kemudian diperoleh *direct effect*  $c' = 0,147 < c = 0,302$ . Maka pengaruh Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah bertambah setelah mengontrol variabel intervening yaitu Kepuasan Nasabah. Sehingga dapat disimpulkan variabel Kepuasan Nasabah dapat memediasi variabel Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah dan model yang digunakan pada analisis ini termasuk ke dalam partial model.

Citra perusahaan adalah merupakan persepsi masyarakat terhadap jati diri perusahaan. Persepsi ini didasarkan tentang apa yang masyarakat ketahui pada perusahaan tersebut, oleh sebab itu perusahaan yang sama belum tentu memiliki citra yang sama pula di mata konsumen, citra perusahaan adalah pegangan penting bagi konsumen untuk mengambil keputusan pembelian, apabila konsumen menilai perusahaan mempunyai citra yang baik di mata konsumen akan berdampak positif bagi perusahaan tersebut, dan apabila citra perusahaan buruk akan melahirkan dampak negatif bagi perusahaan.

Menurut Kotler dalam Molan, (2008) bahwa konsumen yang loyal tidak diukur dari berapa banyak dia membeli, tapi dari berapa sering dia melakukan pembelian ulang, termasuk disini

merekomendasikan orang lain untuk membeli. Kotler (2010), mendefinisikan kepuasan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang kemudian didapatnya dengan harapan. Jadi tingkat kepuasan adalah suatu fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dan harapan, semakin sesuai antara kinerja atau hasil yang diperoleh dengan harapan, maka akan semakin tinggi kepuasan yang akan didapat.

Penelitian didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan Selvy Normasari, Srikandi Kumadji, dan Andriani Kusumawati yang menyatakan bahwa variabel Citra Perusahaan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah. Hasil penelitian tersebut di dukung dengan hasil penelitian Miftahul Huda (2014) yang menyatakan Citra Perusahaan ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah ( $Y_2$ ) terbukti.

**g. Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami terhadap Loyalitas Nasabah.dengan Kepuasan Nasabah sebagai *variabel intervening***

Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan SPSS, secara parsial diperoleh bukti bahwa variabel Kepuasan Nasabah tidak signifikan terhadap Loyalitas Nasabah setelah mengontrol variabel Kualitas Pelayanan Islami dengan nilai signifikansi sebesar  $0,154 > 0,05$  dan nilai koefisien regresi  $(b) = 0,418$ . Kemudian diperoleh *dirrect effect*  $c' = 0,133 < c = 0,252$ . Maka pengaruh Kualitas Pelayanan Islami terhadap Loyalitas Nasabah tidak bertambah setelah mengontrol variabel *intervening* yaitu Kepuasan Nasabah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model ini termasuk ke dalam *unmediated*, yang berarti variabel independen mampu mempengaruhi secara

langsung dan signifikan variabel dependen tanpa melibatkan variabel mediator.

Pelayanan yang di inginkan oleh pelanggan memang bermacam-macam. Akan tetapi paradigma melayani yang sebenarnya adalah hubungan yang saling menguntungkan dan berkelanjutan. Suatu pelayanan dapat dikatakan efektif dan efisien apabila suatu perusahaan dapat memberikan kualitas yang layak untuk di berikan kepada nasabah.

Goeth & Davis menegaskan bahwa kualitas bukan hanya menekankan pada aspek hasil akhir, yaitu produk atau jasa, tetapi juga menyangkut kualitas manusia, kualitas proses dan kualitas lingkungan. Oleh karena itu, untuk menghasilkan produk atau jasa yang berkualitas harus didukung oleh manusia dan proses yang berkualitas.

Penelitian ini didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan Selvy Normasari, Srikandi Kumadji, dan Andriani Kusumawati yang menyatakan bahwa variabel Kualitas pelayanan secara langsung memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan.