

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil penelitian

1. Karakteristik responden

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

		Pekerjaan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	BUMN	7	7,0	7,0	7,0
	Buruh Harian	2	2,0	2,0	9,0
	Dosen	1	1,0	1,0	10,0
	Guru	1	1,0	1,0	11,0
	Ibu Rumah Tangga	12	12,0	12,0	23,0
	Pedagang	1	1,0	1,0	24,0
	Mahasiswa	5	5,0	5,0	29,0
	Pegawai Honor	1	1,0	1,0	30,0
	Pegawai Toko	2	2,0	2,0	32,0
	Perawat	1	1,0	1,0	33,0
	PNS	18	18,0	18,0	51,0
	Tidak Bekerja	4	4,0	4,0	55,0
	TNI	2	2,0	2,0	57,0
	Wiraswasta	42	42,0	42,0	99,0
	Pegawai Swasta	1	1,0	1,0	100,0
	Total		100	100,0	100,0

Sumber: Data Diolah, 2021

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.3 diatas, dapat diketahui bahwa responden yang berprofesi sebagai BUMN sebanyak 7 orang, Buruh harian sebanyak 2 orang, Dosen sebanyak 1 orang, Guru sebanyak 1

orang, Ibu Rumah Tangga sebanyak 12 orang, Pedagang sebanyak 1 orang, Mahasiswa sebanyak 5 orang, Pegawai Honor sebanyak 1 orang, Pegawai Toko sebanyak 2 orang, Perawat sebanyak 1 orang, PNS sebanyak 18 orang, Tidak Bekerja sebanyak 4 orang, TNI sebanyak 2 orang, Wiraswasta sebanyak 42 orang, Pegawai Swasta sebanyak 1 orang.

2. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif merupakan uji yang membahas cara-cara pengumpulan, peringkasan, penyajian data sehingga diperoleh informasi yang dapat diperoleh dengan statistika deskriptif antara lain pemusatan data (mean, median, modus), penyebaran data (range, simpangan, rata-rata, varians dan simpangan baku), kecenderungan suatu gugus data, ukuran letak (kuartil, desil, dan persentil).⁵⁵

Tabel 4.4

Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	100	3,00	5,00	4,3000	,54123
X2	100	3,00	5,00	4,2800	,56995
X3	100	3,00	5,00	4,2300	,50960
Y	100	3,00	5,00	4,3900	,54855
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Data Diolah, 2021

⁵⁵ M. Muchson, "Statistik Deskriptif", (Jakarta : Guepedia), hlm. 6. 2017.

Pada tabel 4.4 diatas dapat diperoleh bahwa nilai minimum dari variabel Komunikasi Pemasaran sebesar 3,00 artinya tanggapan terendah dari responden menjawab 3 (Netral) dan untuk nilai maximum keempat variabel yaitu 5,00 (Sangat Setuju), untuk rata-rata dari variabel X_1 yaitu sebesar 4,3000 yang artinya tanggapan responden menjawab 4 (Setuju). Standard Deviation yaitu sebesar 0,54123 yang dimana artinya bahwa kecenderungan data pada variabel X_1 mempunyai tingkat penyimpangan sebesar 0,54123.

Nilai minimum dari variabel Kualitas Pelayanan yaitu sebesar 3,00 (Netral) dan untuk nilai maximum keempat variabel yaitu sebesar 5,00 (Sangat Setuju), untuk rata-rata dari variabel X_2 sebesar 4,2800 yang artinya tanggapan responden menjawab 4 (Setuju). Standar Deviation yaitu sebesar 0,56995 yang dimana artinya bahwa kecenderungan data pada variabel X_2 mempunyai tingkat penyimpangan sebesar 0,56995.

Nilai minimum dari variabel Kepuasan Nasabah yaitu sebesar 3,00 (Netral) dan untuk nilai maximum keempat variabel yaitu sebesar 5,00 (Sangat Setuju), untuk rata-rata dari variabel X_3 sebesar 4,2300 yang artinya tanggapan responden menjawab 4 (Setuju). Standar Deviation yaitu sebesar 0,50960 yang dimana artinya bahwa kecenderungan data pada variabel X_3 mempunyai tingkat penyimpangan sebesar 0,50960.

Nilai minimum dari variabel Loyalitas Nasabah yaitu sebesar 3,00 (Netral) dan untuk nilai maximum keempat variabel yaitu sebesar 5,00 (Sangat Setuju), untuk rata-rata dari variabel Y sebesar 4,3900 yang artinya tanggapan responden menjawab 4 (Setuju). Standar Deviation yaitu sebesar 0,54855 yang dimana artinya bahwa kecenderungan data pada variabel Y mempunyai tingkat penyimpangan sebesar 0,54855.

b. Uji Validitas

Uji validitas adalah mengukur koefisien korelasi antara skor suatu pertanyaan atau indikator yang diuji dengan skor total pada variabelnya. Untuk menentukan apakah suatu item layak digunakan atau tidak yaitu dengan melakukan uji signifikansi koefisien dengan taraf signifikansi 0,05. Suatu item dianggap valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$.⁵⁶

Tabel 4.5

Hasil Uji Validitas

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	38,99	7,040	,438	,673
X1.2	38,96	7,150	,386	,681
X1.3	38,90	7,222	,429	,676
X1.4	38,90	7,364	,330	,691

⁵⁶ Vivi Herlina, "Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS", (Jakarta : PT. Elex Media Komputindo, 2019), hlm. 58

X1.5	39,00	7,111	,343	,689
X1.6	38,97	7,141	,310	,696
X1.7	38,98	7,050	,410	,677
X1.8	38,99	6,959	,469	,667
X1.9	39,00	7,313	,323	,692
X1.10	38,92	7,509	,249	,704
X2.1	38,90	7,101	,345	,665
X2.2	38,91	6,568	,571	,624
X2.3	38,93	6,712	,526	,633
X2.4	38,85	7,119	,307	,673
X2.5	38,79	7,602	,202	,689
X2.6	38,84	7,025	,352	,664
X2.7	38,85	7,381	,279	,677
X2.8	38,85	7,179	,317	,670
X2.9	38,86	7,314	,259	,681
X2.10	38,84	7,004	,342	,666
X3.1	47,2900	10,450	,480	,753
X3.2	47,3000	10,475	,434	,757
X3.3	47,2600	10,558	,505	,752
X3.4	47,2900	10,248	,521	,748
X3.5	47,2400	10,467	,426	,758
X3.6	47,2500	10,573	,380	,763
X3.7	47,1200	11,097	,258	,775
X3.8	47,2100	10,248	,366	,767
X3.9	47,1200	10,592	,431	,758
X3.10	47,1900	10,398	,428	,758
X3.11	47,1800	10,513	,476	,753
X3.12	47,2700	10,866	,304	,771
Y1.1	30,5100	5,263	,394	,606
Y1.2	30,4300	5,258	,429	,599
Y1.3	30,5600	4,895	,443	,590
Y1.4	30,5000	5,364	,330	,622
Y1.5	30,6000	4,889	,407	,600
Y1.6	30,5000	5,606	,205	,654
Y1.7	30,5700	5,439	,282	,634
Y1.8	30,6300	5,448	,267	,638

Berdasarkan hasil yang diperoleh pada tabel 4.5 diatas, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan dapat dikatakan valid karena jumlah nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dapat dijelaskan pada pernyataan X1.1 nilai r_{hitung} 0,438 sedangkan nilai r_{tabel} dengan $df = N - K$ ($100-4 = 96$) dan tingkat signifikan 0,05 yaitu 0,198. Dikarenakan hasil yang diperoleh r_{hitung} (0,438) > besar dibandingkan dengan jumlah r_{tabel} (0,198) maka pernyataan tersebut dapat dikatakan valid.

Tabel 4.6

Hasil Uji Validitas X₁

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	38,99	7,040	,438	,673
X1.2	38,96	7,150	,386	,681
X1.3	38,90	7,222	,429	,676
X1.4	38,90	7,364	,330	,691
X1.5	39,00	7,111	,343	,689
X1.6	38,97	7,141	,310	,696
X1.7	38,98	7,050	,410	,677
X1.8	38,99	6,959	,469	,667
X1.9	39,00	7,313	,323	,692
X1.10	38,92	7,509	,249	,704

Sumber: Data Diolah, 2021

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas X₂

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	38,90	7,101	,345	,665
X2.2	38,91	6,568	,571	,624
X2.3	38,93	6,712	,526	,633
X2.4	38,85	7,119	,307	,673
X2.5	38,79	7,602	,202	,689
X2.6	38,84	7,025	,352	,664
X2.7	38,85	7,381	,279	,677
X2.8	38,85	7,179	,317	,670
X2.9	38,86	7,314	,259	,681
X2.10	38,84	7,004	,342	,666

Sumber: Data Diolah, 2021

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas X₃

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	47,2900	10,450	,480	,753
X3.2	47,3000	10,475	,434	,757
X3.3	47,2600	10,558	,505	,752
X3.4	47,2900	10,248	,521	,748
X3.5	47,2400	10,467	,426	,758
X3.6	47,2500	10,573	,380	,763
X3.7	47,1200	11,097	,258	,775
X3.8	47,2100	10,248	,366	,767
X3.9	47,1200	10,592	,431	,758

X3.10	47,1900	10,398	,428	,758
X3.11	47,1800	10,513	,476	,753
X3.12	47,2700	10,866	,304	,771

Sumber: Data Diolah, 2021

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Y

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1.1	30,5100	5,263	,394	,606
Y1.2	30,4300	5,258	,429	,599
Y1.3	30,5600	4,895	,443	,590
Y1.4	30,5000	5,364	,330	,622
Y1.5	30,6000	4,889	,407	,600
Y1.6	30,5000	5,606	,205	,654
Y1.7	30,5700	5,439	,282	,634
Y1.8	30,6300	5,448	,267	,638

Sumber: Data Diolah, 2021

c. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui kekonsistenan sebuah kuesioner. Analisis ini dipakai untuk mengetahui sejauh mana pengukuran data dapat memberikan hasil relatif konsisten atau tidak berbeda jika diukur ulang pada subjek yang sama. Teknik yang digunakan dalam pengukuran reliabilitas ini adalah *Teknik Alpha* dari *Cronbach*.⁵⁷

⁵⁷ Vivi Herlina, *Loc. Cit.*

Tabel 4.10
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Item Pernyataan	Nilai Cronbach Alpha	Keterangan
Komunikasi Pemasaran	10 item	0,707	Reliabel
Kualitas Pelayanan	10 item	0,688	Reliabel
Kepuasan Nasabah	12 item	0,775	Reliabel
Loyalitas Nasabah	8 item	0,650	Reliabel

Sumber: Data Diolah, 2021

Dari tabel 4.10 diatas hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai dari Cronbach Alpha pada seluruh variabel $> 0,06$. Maka dari itu variabel Komunikasi Pemasaran, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah dapat dikatakan reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Data yang layak dalam penelitian ini yaitu data yang memiliki distribusi normal. Normalitas data

dapat dilihat dengan menggunakan uji JB-Test dengan sig > 0,05 maka data terdistribusi normal.⁵⁸

Tabel 4.11
Hasil Uji Normalitas

Descriptive Statistics					
	N	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
Unstandardized Residual	100	,425	,241	1,857	,478
Valid (listwise) N	100				

Sumber: Data Diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas nilai dari Skewness yaitu -0,425 dan nilai kurtosisnya yaitu 1,857 maka dapat diperoleh hasil JB-Test maka dapat diperoleh hasil dengan menggunakan rumus :

$$JB = n \left[\frac{S^2}{6} + \frac{(K-3)^2}{24} \right]$$

Dimana :

JB = Statistik Jarque-Bera

S = Koefisien Skewness

K = Koefisien Kurtosis

$$JB = n \left[\frac{S^2}{6} + \frac{(K-3)^2}{24} \right]$$

⁵⁸ Ibid, hlm. 108

$$JB = 100 \left[\frac{(0,425)^2}{6} + \frac{(1,857)^2}{24} \right]$$

$$JB = 100 (0,030 + 0,143)$$

$$JB = 100 (0,173)$$

$$JB = 17,3$$

Berdasarkan keterangan diatas diperoleh hasil Chi Square Hitung yaitu 17,3. Dan Chi Square tabel yaitu $n - k = 100 - 4 = 96$ (dengan nilai signifikan 0,05) yaitu 119,871. Maka dapat dinyatakan terdistribusi normal karena Chi Square Hitung (17,3) < Chi Square Tabel (119,871).

2) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda (Widarjono, 2010). Jika ada korelasi yang tinggi di antara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu. Alat statistik yang digunakan untuk menguji gangguan multikolinearitas adalah dengan *Variance Inflation Factor* (VIF), *korelasi pearson* antara variabel-variabel bebas, atau dengan melihat *eigenvaluess* dan *Condition Index* (CI). Dasar pengambilan keputusan uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan dua cara yaitu dengan melihat nilai *tolerance* (jika nilai *tolerance* > 0,1 maka artinya tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji, sebaliknya jika *tolerance* < 0,1 maka artinya terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji. Dan cara yang kedua dengan melihat nilai VIF atau *Variance*

Inflation Factor (jika nilai VIF < 10 maka artinya tidak terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji, sebaliknya jika nilai VIF > 10 maka artinya terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji).⁵⁹

Tabel 4.12
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a											
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	6,999	3,598		1,945	,055					
	X1	,073	,082	,087	,891	,375	,418	,091	,071	,660	1,516
	X2	,278	,091	,316	3,068	,003	,547	,299	,243	,594	1,684
	X3	,247	,071	,339	3,487	,001	,550	,335	,277	,666	1,501

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas maka dapat dinyatakan bahwa nilai tolerance yaitu > 0,1 dan pada tabel VIF nilainya yaitu < 10. Untuk variabel Komunikasi Pemasaran nilai Tolerancinya yaitu 0,660. Untuk variabel Kualitas Pelayanan nilai Tolerancinya yaitu 0,594. Untuk variabel Kepuasan Nasabah nilai Tolerancinya yaitu 0,666. Dari hasil perhitungan VIF juga memiliki hasil yang sama yaitu < 10, untuk variabel Komunikasi Pemasaran nilai VIFnya yaitu 1,516. Variabel Kualitas Pelayanan nilai VIFnya yaitu

⁵⁹ *Ibid*, hlm. 120.

1,684. Variabel Kepuasan Nasabah nilai VIFnya yaitu 1,501. Berdasarkan penjelasan dari tabel diatas maka dapat dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.

3) Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Widarjono, 2010). Dasar pengambilan keputusan pada uji *heterokedastisitas* yaitu jika nilai sigifikansi $> \alpha = 0,05$, maka tidak terjadi *heterokedastisitas* tetapi jika nilai signifikansi $< \alpha = 0,05$, maka terjadi *heterokedastisitas*.⁶⁰

Tabel 4.13

Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,613	2,408		1,085	,281
	X1	,045	,055	,102	,821	,414
	X2	-,050	,061	-,108	-,821	,414
	X3	-,018	,048	-,048	-,387	,700

a. Dependent Variable: ABS_RESIDUAL

Sumber: Data Diolah, 2021

⁶⁰ Nicolaus Duli, *Loc. Cit*, hlm. 122.

Berdasarkan hasil tabel 4.13 diatas maka dapat diperoleh nilai signifikan dari variabel Komunikasi Pemasaran (X1) yaitu 0,414, variabel Kualitas Pelayanan (X2) yaitu 0,414, variabel Kepuasan Nasabah (X3) yaitu 0,700. Dikarenakan nilai signifikan $X_1X_2X_3 > 0,05$ sehingga dapat dikatakan bahwa model regresi tidak terjadi heterokedastisitas.

4) Uji Linearitas (Ramsey)

Uji linearitas bertujuan untuk melihat apakah model yang mempunyai hubungan linear atau tidak. Uji linearitas digunakan untuk mengkonfirmasi apakah sifat linear antara dua variabel yang diidentifikasi secara teori sesuai atau tidak dengan hasil observasi yang ada. Uji linearitas dapat menggunakan uji *Durbin-Watson*, *Ramsey Test* atau uji *Langrange Multiplier*.⁶¹

Tabel 4.14

Uji Linearitas (Ramsey Old)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,629 ^a	0,396	0,377	2,021

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Diolah, 2021

⁶¹ *Ibid*, hlm. 127.

Tabel 4.15
Uji Linearitas (Ramsey New)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,911 ^a	,830	0,823	1,077

a. Predictors: (Constant), DFFIT, X3, X1, X2

Sumber: Data Diolah, 2021

Berdasarkan pada tabel 4.14 diatas diperoleh R-Square Old yaitu 0,396 dan berdasarkan tabel 4.15 diatas diperoleh R-Square New yaitu 0,830.

$$F = \frac{R^2 \text{ new} - R^2 \text{ old}}{m} \times \frac{n-k}{1-R^2 \text{ new}}$$

Dimana :

m = Jumlah Variabel Bebas

n = Jumlah Observasi

k = Banyaknya parameter

$$F = \frac{R^2 \text{ new} - R^2 \text{ old}}{m} \times \frac{n-k}{1-R^2 \text{ new}}$$

$$F = \frac{0,830 - 0,396}{1} \times \frac{100 - 4}{1 - 0,830}$$

$$F = \frac{0,434}{1} \times \frac{96}{0,17}$$

$$F = 245,0 > F_{\text{tabel}} 2,70$$

Maka dapat dikatakan linearitas karena hasil yang diperoleh nilai

F_{hitung} yaitu 245,0 > dari F_{tabel} yaitu 2,70.

5) Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4.16

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,999	3,598		1,945	0,055
	X1	0,073	0,082	0,087	0,891	0,375
	X2	0,278	0,091	0,316	3,068	0,003
	X3	0,247	0,071	0,339	3,487	0,001

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Diolah, 2021

$$Y = a + b_1 + X_1 + b_1 + b_3 + X_3 + e$$

$$Y = 6,999 + 0,073 X_1 + 0,278 X_2 + 0,247 X_3$$

Dimana :

$Y = Customer$ Satisfaction

$a =$ Konstanta

$b_1 =$ Koefisien regresi variabel X_1

$b_2 =$ Koefisien regresi variabel X_2

$b_3 =$ Koefisien regresi variabel X_3

$X_1 =$ Komunikasi Pemasaran

X_2 = Kualitas Pelayanan

X_3 = Kepuasan Nasabah

e = Tingkat error, tingkat kesalahan

interpretasi dari persamaan regresi diatas adalah sebagai berikut :

1. Jika nilai dari Komunikasi Pemasaran (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), Kepuasan Nasabah (X_3) = 0 maka Loyalitas Nasabah (Y) sebesar 6,999.
2. Setiap kenaikan 1% Komunikasi Pemasaran akan meningkatkan Loyalitas Nasabah sebesar 0,073 dengan asumsi nilai X_2 dan X_3 tetap.
3. Setiap kenaikan 1% Kualitas Pelayanan akan meningkatkan Loyalitas Nasabah sebesar 0,278 dengan asumsi nilai X_1 dan X_3 tetap.
4. Setiap kenaikan 1% Kepuasan Nasabah akan meningkatkan Loyalitas Nasabah sebesar 0,247 dengan asumsi nilai X_1 dan X_2 tetap.

c. Uji Hipotesis

1) Uji T (Parsial)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel Komunikasi Pemasaran, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah secara parsial (sendiri-sendiri). Uji t dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel atau melihat nilai signifikansinya. Apabila t hitung $>$ t tabel dan nilai signifikansi $<$ 0,05, maka

dikatakan pengaruhnya signifikan, dan apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai signifikansi $> 0,05$, maka dikatakan pengaruhnya tidak signifikan.⁶²

Tabel 4.17

Uji Parsial (t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,999	3,598		1,945	0,055
	X1	0,073	0,082	0,087	0,891	0,375
	X2	0,278	0,091	0,316	3,068	0,003
	X3	0,247	0,071	0,339	3,487	0,001

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas maka dapat dinyatakan bahwa t_{hitung} sebagai berikut:

1. Pengaruh Komunikasi Pemasaran terhadap Loyalitas Nasabah dapat diketahui bahwa t_{hitung} 0,891 sedangkan t_{tabel} disimpulkan yaitu 1,660, dikarenakan nilai t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} maka dapat dinyatakan bahwa Komunikasi Pemasaran tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah dan tidak signifikan dikarenakan nilai signifikan $0,375 > 0,05$.
2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah dapat diketahui bahwa t_{hitung} 3,068 sedangkan t_{tabel} disimpulkan yaitu 1,660, dikarenakan nilai

⁶² Agus Rusmana et al, "The Future of Organizational Communication In The Industrial Era 4.0 Book, (Jawa Barat : Universitas Padjajaran), hlm. 200. 2019.

t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka dapat dinyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah.

3. Pengaruh Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah dapat diketahui bahwa t_{hitung} 3,487 sedangkan t_{tabel} disimpulkan yaitu 1,660, dikarenakan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka dapat dinyatakan bahwa Kepuasan Nasabah berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah.

2) Uji F (Simultan)

Uji f dilakukan untuk melihat secara bersama-sama apakah variabel X (Koefisien Parameter) secara simultan berpengaruh terhadap variabel Y. Hipotesis yang diberikan adalah H_0 jika seluruh koefisien parameter secara simultan sama dengan 0, dan H_1 jika tidak seluruh koefisien parameter secara simultan sama dengan nol. Jika nilai F-hitung lebih besar dibandingkan F-tabel berarti H_1 diterima dan H_0 ditolak. Jadi, uji f berlaku untuk seluruh koefisien parameter dalam 1 persamaan.⁶³

⁶³ Said Kelana Asnawi dan Chandra Wijaya, “ *Riset Keuangan Pengujian-pengujian Empiris*”, (Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2005), hlm. 261.

Tabel 4.18
Hasil Penelitian Uji Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	256,838	3	85,613	20,958	,000 ^b
	Residual	392,162	96	4,085		
	Total	649,000	99			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2						

Sumber : Data Diolah, 2021

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari tabel 4.18 diatas maka dapat dinyatakan bahwa nilai F_{hitung} 20,958 sedangkan nilai F_{tabel} dengan level signifikan 0,05 yaitu 2,70. Dikarenakan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka dapat dinyatakan X_1 X_2 X_3 secara simultan berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah (Y).

3) Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Suliyanto (2011) koefisien determinasi adalah besarnya kontribusi variabel bebas terhadap variabel tidak bebas. Semakin tinggi koefisien determinasi, semakin tinggi kemampuan variabel bebas (dependent) dalam menjelaskan variasi perubahan pada variabel tidak bebas (independent). Nilai koefisien determinasi berkisar antara nol sampai dengan satu. Apabila angka koefisien determinasi semakin mendekati satu maka pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen semakin kuat, yang berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan

untuk memprediksi variasi variabel dependen. Sedangkan nilai koefisien determinasi (Adjusted R²) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen adalah terbatas. (Ghozali, 2016).⁶⁴

Tabel 4.19

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,629 ^a	,396	,377	2,021
a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2				

Sumber : Data Diolah, 2021

Berdasarkan keterangan pada tabel 4.19 diatas maka dapat diketahui bahwa nilai Adjusted R Square $0,377 \times 100 = 37,7\%$ dan seluruh variabel menjelaskan 37,7% variabel Y dan sisanya dijelaskan variabel lain.

B. Pembahasan

1. Pengaruh Komunikasi Pemasaran terhadap Loyalitas Nasabah

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Komunikasi Pemasaran tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Loyalitas Nasabah diketahui bahwa t_{hitung} 0,891 sedangkan t_{tabel} disimpulkan yaitu 1,660 artinya t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} , sedangkan nilai signifikan $0,375 > 0,05$ sehingga

⁶⁴ Sri Wahyuni, "Kinerja Maqashid Syariah Dan Faktor-faktor Determinan", (Surabaya : Scopindo Media Pustaka, 2020), hlm. 43.

Komunikasi Pemasaran tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap Loyalitas Nasabah.

Berdasarkan deskripsi variabel Komunikasi Pemasaran yang mencakup keterampilan, sikap, pengetahuan, media saluran dan keakuratan karena kurangnya komunikasi yang baik antara pihak bank dengan nasabah sulitnya karyawan memahami keinginan nasabah sehingga membuat sebagian nasabah mengeluhkan pelayanan. Oleh karena itu, BSI Kantor Cabang A. Rivai Palembang harus terus berupaya meningkatkan strategi Komunikasi Pemasaran agar meningkat pula Loyalitas Nasabah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Fitri Ningtyas dan Basuki Rachmad (2017) yang menyatakan bahwa komunikasi pemasaran tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah

Berdasarkan hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah diketahui nilai t_{hitung} 3,068 sedangkan t_{tabel} 1,660 artinya t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} sedangkan nilai signifikan $0,003 < 0,05$ sehingga Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah.

Berdasarkan deskripsi variabel Kualitas Pelayanan yang mencakup bukti langsung, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan empati diketahui bahwa kualitas pelayanan dengan kategori baik. Oleh karena itu, BSI KC A. Rivai

Palembang perlu mempertahankan strategi Kualitas Pelayanan, jika perlu ditingkatkan lagi agar meningkat pula Loyalitas Nasabah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian dari Rizky Nurtahira Nain dkk (2019) menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah. Sama dengan penelitian dari Rizky Nurtahira Nain dkk, (2017) yang menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Nasabah.

3. Pengaruh Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas

Berdasarkan hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa Kepuasan Nasabah berpengaruh positif terhadap Loyalitas Nasabah diketahui nilai $t_{hitung} 3,487$ sedangkan $t_{tabel} 1,660$ artinya t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} sedangkan nilai signifikan $0,001 < 0,05$ sehingga Kepuasan Nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah.

Berdasarkan deskripsi variabel Kepuasan Nasabah yang mencakup kinerja, harapan dan kepuasan menyeluruh masalah diketahui bahwa kepuasan nasabah dengan kategori baik. Oleh karena itu, BSI KC Palembang A. Rivai perlu mempertahankan strategi kepuasan nasabah jika perlu ditingkatkan lagi agar meningkat pula loyalitas nasabah.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian dari Yendra (2019) menyatakan bahwa kepuasan nasabah berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah. Dan hasil penelitian dari Rizky Nurtahira Nain dkk (2019) yang

menyatakan bahwa variabel kepuasan nasabah mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Nasabah.

4. Pengaruh Komunikasi Pemasaran, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah

Berdasarkan hasil yang diperoleh pada penelitian ini maka dapat dinyatakan bahwa nilai F_{hitung} yaitu 20,958 sedangkan nilai F_{tabel} dengan $df = 96$ dan level signifikan 0,05 yaitu 3,09. Dikarenakan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka dapat dinyatakan X_1 X_2 dan X_3 secara simultan berpengaruh terhadap *Customer Satisfaction* (Y) pada BSI KC A. Rivai Palembang.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian dari Rizky Nurtahira Nain dkk (2019) yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah. Dilanjutkan dengan penelitian Maria Magdalena dkk (2018) menyatakan bahwa Komunikasi Pemasaran secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah.