

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Responden Penelitian

Berdasarkan data dari 100 Nasabah Bank BNI Syariah KC KM 12 Palembang, menggunakan pernyataan (kuesioner) didapat kondisi responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan dan lama menggunakan produk. Dimana penggolongan ini dilakukan terhadap responden dalam penelitian ini yang bertujuan untuk mengetahui secara jelas mengenai karakteristik responden sebagai objek penelitian.

Deskripsi data khusus dalam penelitian ini disajikan berdasarkan karakteristik responden. Adapun deskripsi dari data umum responden disajikan berdasarkan karakteristik responden. Adapun deskripsi dari data umum responden disajikan sebagai berikut:

1. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Deskripsi data responden berdasarkan jenis kelamin bertujuan untuk menguraikan identitas responden berdasarkan jenis kelamin responden yang dijadikan sampel penelitian. Deskripsi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin disajikan pada tabel 4.1 berikut ini:

Tabel 4.1
Deskripsi Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

JENIS_KELAMIN			
		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>
Valid	Laki-laki	41	41.0
	Perempuan	59	59.0

	Total	100	100.0
--	-------	-----	-------

Sumber: *output* SPSS 21 data diolah, 2020.

Berdasarkan Tabel 4.1 diatas menjelaskan bahwa jenis kelamin nasabah Bank BNI Syariah KC KM 12 Palembang yang diambil sebagai responden lebih banyak responden perempuan. Jenis kelamin perempuan yang menjadi responden dalam penelitian ini berjumlah 59 responden, sedangkan sisanya 41 orang adalah responden laki-laki. Hal ini menunjukkan bahwa responden nasabah Bank BNI Syariah KC KM 12 Palembang lebih banyak perempuan, dibandingkan dengan nasabah berjenis kelamin laki-laki.

Tingkat bunga dan nilai jaminan pada debitur perempuan lebih tinggi dari pada debitur laki-laki menunjukkan bahwa kreditur melihat bahwa perempuan memiliki resiko kredit lebih tinggi dibandingkan laki-laki.

2. Data Responden Berdasarkan Usia

Deskripsi data responden berdasarkan usia bertujuan untuk menguraikan identitas responden berdasarkan usia responden yang dijadikan sampel penelitian. Deskripsi karakteristik responden berdasarkan usia disajikan pada tabel 4.2 berikut ini:

Tabel 4.2
Deskripsi Data Responden Berdasarkan Usia

USIA			
		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>
Valid	< 20 tahun	7	7.0
	21-30 tahun	30	30.0

	31-40 tahun	52	52.0
	41-50 tahun	11	11.0
	Total	100	100.0

Sumber: *output* SPSS 21 data diolah, 2020.

Berdasarkan Tabel 4.2 di atas menunjukkan bahwa responden berdasarkan usia menunjukkan bahwa responden yang berusia dibawah 20 tahun sebanyak 7 responden, responden yang berusia 21-30 tahun sebanyak 30 responden, responden yang berusia 31-40 tahun sebanyak 52 responden, dan responden yang berusia 41-50 tahun sebanyak 11 responden.

Tingkat usia 31-40 tahun mendominasi pada responden nasabah Bank BNI Syariah KC KM 12 Palembang. Hal ini terjadi karena pada usia tersebut seseorang harus menyisihkan uang guna untuk menyiapkan kebutuhan dana darurat atau dana yang akan datang, sehingga pada usia tersebut menjadi hal yang sangat mendukung untuk menjadi nasabah yang loyal.

3. Data Responden Berdasarkan Pekerjaan

Deskripsi data responden berdasarkan Pekerjaan bertujuan untuk menguraikan identitas responden berdasarkan Pekerjaan responden yang dijadikan sampel penelitian. Deskripsi karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan disajikan pada tabel 4.3 berikut ini:

Tabel 4.3
Deskripsi Data Responden Berdasarkan Pekerjaan

PENDIDIKAN		
	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>

Valid	Mahasiswa / Pelajar	27	27.0
	Pegawai swasta	25	25.0
	PNS	12	12.0
	Wiraswasta / Pedagang	16	16.0
	Lain-lain	20	20.0
	Total	100	100.0

Sumber: *output* SPSS data diolah, 2020.

Berdasarkan Tabel 4.3 di atas menunjukkan bahwa responden berdasarkan pekerjaan menunjukkan bahwa responden yang memiliki pekerjaan sebagai Mahasiswa/Pelajar sebanyak 27 responden, responden yang memiliki pekerjaan sebagai Pegawai Swasta sebanyak 25 responden, responden yang memiliki pekerjaan sebagai PNS sebanyak 12 responden, responden yang memiliki pekerjaan sebagai Wiraswasta/Pedagang sebanyak 16 responden, dan responden yang memiliki pekerjaan lain-lain sebanyak 20 responden.

4. Data Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Produk

Deskripsi data responden berdasarkan Lama Menggunakan Produk bertujuan untuk menguraikan identitas responden berdasarkan Lama Menggunakan Produk responden yang dijadikan sampel penelitian. Deskripsi karakteristik responden berdasarkan Lama Menggunakan Produk disajikan pada tabel 4.4 berikut ini:

Tabel 4.4
Deskripsi Data Responden Berdasarkan Lama Menggunakan Produk

Lama Menggunakan Produk		
	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>

Valid	0 – 6 bulan	9	9.0
	6 – 12 bulan	19	19.0
	> 1 tahun	72	72.0
	Total	100	100.0

Sumber: *output* SPSS data diolah, 2020.

Berdasarkan Tabel 4.4 di atas menunjukkan bahwa responden berdasarkan lama menggunakan produk menunjukkan bahwa responden yang menggunakan produk selama 0 – 6 bulan sebanyak 9 responden, responden yang menggunakan produk selama 6 - 12 bulan sebanyak 19 responden, dan responden yang menggunakan produk > 1 tahun sebanyak 72 responden.

Responden yang menggunakan produk selama > 1 tahun mendominasi pada responden nasabah Bank BNI Syariah KC KM 12 Palembang. Maka dapat disimpulkan bahwa banyak nasabah yang loyal terhadap Bank BNI Syariah KC KM 12 Palembang.

B. Uji Validitas dan Reliabilitas

Untuk menguji validitas dan reliabilitas, penulis menggunakan SPSS 21. Berikut ini adalah hasil yang telah diuji oleh penulis dengan menggunakan SPSS 21 adalah sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui hasil signifikan dengan membandingkan r hitung dengan r tabel dengan melihat r tabel pada $df = n - 2$. Adapun pada penelitian ini nilai $df = 100 - 2 = 98$ atau $df = 98$ dengan α 0,05. Didapat r tabel senilai 0,1966. Jika hasil r hitung lebih besar dari r tabel, maka butir pernyataan tersebut dapat dikatakan “ valid “.

Tabel 4.5
Uji Validitas Variabel Komunikasi (X1)

Variabel	Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Komunikasi (X1)	Pernyataan 1	.511	0,1966	Valid
	Pernyataan 2	.591	0,1966	Valid
	Pernyataan 3	.439	0,1966	Valid
	Pernyataan 4	.594	0,1966	Valid
	Pernyataan 5	.417	0,1966	Valid
	Pernyataan 6	.515	0,1966	Valid

Sumber: *output* SPSS 21 yang diolah, 2020.

Berdasarkan tabel 4.5 diketahui bahwa hasil masing-masing item pernyataan variabel Komunikasi (X1) memiliki r hitung > r tabel 0,1966 dan bernilai positif, sehingga dapat dikatakan setiap butir pernyataan tersebut dinyatakan “valid”.

Tabel 4.6
Uji Validitas Variabel Kepercayaan (X2)

Variabel	Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Kepercayaan (X2)	Pernyataan 1	.402	0,1966	Valid
	Pernyataan 2	.640	0,1966	Valid
	Pernyataan 3	.481	0,1966	Valid
	Pernyataan 4	.742	0,1966	Valid
	Pernyataan 5	.655	0,1966	Valid
	Pernyataan 6	.444	0,1966	Valid

Sumber: *output* SPSS 21 yang diolah, 2020.

Berdasarkan tabel 4.6 diketahui bahwa hasil masing-masing item pernyataan variabel Kepercayaan (X2) memiliki r hitung > r tabel 0,1966 dan bernilai positif, sehingga dapat dikatakan setiap butir pernyataan tersebut dinyatakan “valid”.

Tabel 4.7
Uji Validitas Variabel Kepuasan (X3)

Variabel	Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Kepuasan (X3)	Pernyataan 1	.326	0,1966	Valid
	Pernyataan 2	.804	0,1966	Valid
	Pernyataan 3	.744	0,1966	Valid
	Pernyataan 4	.765	0,1966	Valid
	Pernyataan 5	.637	0,1966	Valid
	Pernyataan 6	.529	0,1966	Valid

Sumber: *output* SPSS 21 yang diolah, 2020.

Berdasarkan tabel 4.7 diketahui bahwa hasil masing-masing item pernyataan variabel Kepuasan (X3) memiliki r hitung > r tabel 0,1966 dan bernilai positif, sehingga dapat dikatakan setiap butir pernyataan tersebut dinyatakan “valid”.

Tabel 4.8
Uji Validitas Variabel Loyalitas Nasabah (Y)

Variabel	Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Loyalitas Nasabah (Y)	Pernyataan 1	.273	0,1966	Valid
	Pernyataan 2	.659	0,1966	Valid
	Pernyataan 3	.374	0,1966	Valid
	Pernyataan 4	.353	0,1966	Valid
	Pernyataan 5	.659	0,1966	Valid
	Pernyataan 6	.661	0,1966	Valid
	Pernyataan 7	.683	0,1966	Valid
	Pernyataan 8	.335	0,1966	Valid
	Pernyataan 9	.446	0,1966	Valid
	Pernyataan 10	.246	0,1966	Valid

Sumber: *output* SPSS 21 yang diolah, 2020.

Berdasarkan tabel 4.8 diketahui bahwa hasil masing-masing item pernyataan variabel Loyalitas Nasabah (Y) memiliki r hitung $>$ r tabel 0,1966 dan bernilai positif, sehingga dapat dikatakan setiap butir pernyataan tersebut dinyatakan “valid”.

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas bertujuan untuk melihat sejauh mana pengukuran terhadap variabel dependen dan independen tidak rentan terhadap pengaruh yang ada dan konsisten dari variabel tersebut dan dapat dikatakan reliabel. Program SPSS 21 memberikan alat untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach's Alpha*. Uji Reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus alpha. Reliabilitas kurang dari 0,6, artinya tidak reliabel, sedangkan nilai *cronbach's alpha* $>$ 0,6, maka dapat dikatakan “ reliabel “. Maka ditunjukkan dengan hasil pengujian reliabilitas untuk seluruh variabel adalah sebagai berikut:

Tabel 4.9
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Batasan	Keterangan
X1 (Komunikasi)	0,767	0,6	Reliabel
X2 (Kepercayaan)	0,799	0,6	Reliabel
X3 (Kepuasan)	0,840	0,6	Reliabel
Y (Loyalitas Nasabah)	0,792	0,6	Reliabel

Sumber: *output* SPSS 21 yang diolah, 2020.

Jadi dari Tabel 4.9 yaitu uji reliabilitas bahwa masing-masing nilai *cronbach's alpha* dari semua variabel mempunyai nilai diatas 0,6. Maka

dapat dikatakan bahwa masing-masing variabel tersebut reliabel, sehingga layak digunakan sebagai alat ukur dalam pengujian statistik.

C. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui dan menunjukkan apakah nilai residual dalam model regresi ini terdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov*. Model regresi yang baik haruslah memiliki nilai residual yang berdistribusi normal, dan dapat dinyatakan normal apabila nilai *asympt. sig* > 0,05.

Tabel 4.10
Uji Normalitas
Kolmogorov-Smirnov

<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>		
		<i>Unstandardized Residual</i>
N		100
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	.0000000
	<i>Std. Deviation</i>	.27820604
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	.062
	<i>Positive</i>	.062
	<i>Negative</i>	-.038
<i>Kolmogorov-Smirnov Z</i>		.625
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		.830
<i>a. Test distribution is Normal.</i>		
<i>b. Calculated from data.</i>		

Sumber: *output SPSS 21 data diolah, 2020.*

Berdasarkan *output* pada tabel 4.10 diatas, uji normalitas dengan metode *Kolmogrov-Smirnov* diatas dapat kita lihat bahwa dimana nilai

asympt. sig sebesar $0,830 > 0,05$ maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov*, maka nilai residual terstandarisasi berdistribusi “ normal “.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui dan menunjukkan apakah pada model regresi ini ditemukan adanya indikasi korelasi antar variabel independen (bebas). Dalam regresi berganda, suatu model regresi haruslah bebas dari gejala multikolinieritas dengan melihat jika nilai *VIF* < 10 dan nilai *tolerance* $> 0,1$, maka model regresi tersebut dapat dinyatakan terbebas dari gejala multikolinieritas.

Tabel 4.11
Uji Multikolinieritas
Tolerance* dan *VIF

<i>Coefficients^a</i>			
Model		<i>Collinearity Statistics</i>	
		<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
1	<i>(Constant)</i>		
	X1_Komunikasi	.994	1.006
	X2_Kepercayaan	.993	1.007
	X3_Kepuasan	.998	1.002
a. <i>Dependent Variable: Y_LoyalitasNasabah</i>			

Sumber: *output* SPSS 21 data diolah, 2020.

Berdasarkan tabel 4.11 diatas, dengan melihat nilai *tolerance* X1 (0,994), X2 (0,993), dan X3 (0,998) $> 0,1$ dan nilai *VIF* X1 (1,006), X2 (1,007), dan X3 (1,002) < 10 , maka dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini dapat dinyatakan “ tidak mengandung gejala multikolinieritas “.

3. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui dan menunjukkan apakah pada model regresi tersebut terjadi ketidaksamaan varians dari residual pengamatan satu dengan pengamatan lainnya. Uji heteroskedastisitas pada model regresi penelitian ini menggunakan metode *Glejser*. Model regresi yang baik harus terbebas dari gejala heteroskedastisitas, yang berarti varians dari residual harus konstan untuk keseluruhan variabel, dengan melihat nilai *sig.* > 0,05.

Tabel 4.12
Uji Heteroskedastisitas
Uji *Glejser*

<i>Coefficients^a</i>			
Model		T	Sig.
1	<i>(Constant)</i>	1.707	.091
	X1_Komunikasi	-1.877	.064
	X2_Kepercayaan	.183	.855
	X3_Kepuasan	.017	.986
a. <i>Dependent Variable:</i> abs_res			

Sumber: *output* SPSS 21 yang diolah, 2020.

Berdasarkan *output* Tabel 4.12 diatas, dapat diketahui bahwa sig. X1 (0,064), X2 (0,855), dan X3 (0,986) > 0,05, maka dapat dinyatakan bahwa pada model regresi ini dinyatakan “tidak terjadi gejala heteroskedastisitas“.

4. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel-variabel data yang diteliti memiliki keterikatan atau hubungan secara linear atau

tidak. Dalam penelitian ini, uji linearitas yang digunakan adalah dengan metode *Durbin-Watson*. Model regresi yang baik haruslah memiliki nilai residual yang linear dan dapat dinyatakan linear apabila nilai *Durbin Watson* berada diantara -2 sampai dengan 2.

Tabel 4.13
Uji Linearitas
Durbin Watson

<i>Model Summary^b</i>					
Model	R	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>	<i>Durbin-Watson</i>
1	.621 ^a	.385	.366	.28252	1.906
a. <i>Predictors:</i> (Constant), X3_Kepuasan, X2_Kepercayaan, X1_Komunikasi					
b. <i>Dependent Variable:</i> Y_LoyalitasNasabah					

Sumber: *output* SPSS 21 data diolah, 2020.

Berdasarkan *output* pada Tabel 4.13 uji linearitas dengan metode *Durbin Watson* diatas, dapat kita ketahui bahwa nilai *Durbin-Watson* senilai 1,906 berada diantara -2 sampai dengan 2, ini menunjukkan bahwa pada penelitian ini “ linear “.

D. Analisis Regresi Linear Berganda

Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda yang digunakan untuk mengetahui keakuratan hubungan antara Komunikasi (X1), Kepercayaan (X2), dan Kepuasan (X3) terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan pada Bank BNI Syariah KC KM 12 Palembang.

Tabel 4.14
Analisis Regresi Berganda

<i>Coefficients^a</i>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.824	.510		1.615	.110
	X1_Komunikasi	.426	.068	.502	6.255	.000
	X2_Kepercayaan	.255	.072	.282	3.516	.001
	X3_Kepuasan	.137	.069	.160	2.002	.048
a. Dependent Variable: Y_LoyalitasNasabah						

Sumber: *output* SPSS 21 data diolah, 2020.

Berdasarkan data tabel 4.14 diatas dapat dilihat nilai konstanta dan koefisien regresi dapat dibentuk dengan persamaan linear berganda sebagai berikut :

$$Y = 0,824 + 0,426 \beta_1 + 0,255 \beta_2 + 0,137 \beta_3 + e$$

Keterangan :

- Y = Loyalitas Nasabah
- β_1 = Komunikasi
- β_2 = Kepercayaan
- β_3 = Kepuasan
- e = Error

Dari persamaan regresi diatas, dapat di simpulkan sebagai berikut :

- a. Konstanta (a) sebesar 0,824 artinya tanpa adanya variabel Komunikasi, Kepercayaan, dan Kepuasan, maka Loyalitas Nasabah akan naik sebesar 0,824.
- b. Koefisien regresi untuk variabel Komunikasi sebesar 0,426 artinya jika Komunikasi dinaikan sebesar 1% maka sedangkan variabel yang lain tetap maka akan menyebabkan Loyalitas Nasabah akan naik sebesar 0,426.

- c. Koefisien regresi untuk variabel Kepercayaan sebesar 0,255 artinya jika Kepercayaan dinaikkan sebesar 1% sedangkan variabel lainnya tetap, maka akan menyebabkan Loyalitas Nasabah naik sebesar 0,255.
- d. Koefisien regresi untuk variabel Kepuasan sebesar 0,137 artinya jika Kepuasan dinaikkan sebesar 1% sedangkan variabel lainnya tetap, maka akan menyebabkan Loyalitas Nasabah naik sebesar 0,137.

E. Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji variabel independen (bebas) secara parsial terhadap variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini, uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel Komunikasi (X1), Kepercayaan (X2), dan Kepuasan (X3) terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan pada Bank BNI Syariah KC KM 12 Palembang secara parsial. Untuk melihat hasil perhitungan uji t pada penelitian ini, dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.15
Hasil Uji t

<i>Coefficients^a</i>						
Model		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	<i>(Constant)</i>	.824	.510		1.615	.110
	X1_Komunikasi	.426	.068	.502	6.255	.000
	X2_Kepercayaan	.255	.072	.282	3.516	.001
	X3_Kepuasan	.137	.069	.160	2.002	.048

a. *Dependent Variable: Y_LoyalitasNasabah*

Sumber: *output* SPSS 21 data diolah, 2020.

Berdasarkan hasil perhitungan dari tabel 4.15 diatas, diperoleh besarnya angka t tabel dengan ketentuan $\alpha = 0,05$ dan $dk = (n-k)$ atau $(100-4) = 96$, sehingga diperoleh nilai t tabel = 1,66088, maka dapat diketahui masing-masing variabel sebagai berikut:

- a. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS 21.0 seperti pada tabel diatas, variabel Komunikasi (X1) memiliki t hitung senilai 6,255 dengan nilai sig. 0,000. Ketentuan pengambilan keputusan hipotesis diterima atau ditolak, didasarkan dengan nilai t hitung $>$ t tabel, $-t$ hitung $<$ $-t$ tabel, atau jika signifikansi $<$ 0,05, maka dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis diterima. Hasil penelitian pada penelitian ini, memperoleh nilai t hitung $>$ t tabel (6,255 $>$ 1,66088) dan nilai signifikansi sebesar $0,000 <$ 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa Komunikasi (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan pada Bank BNI Syariah KC KM 12 Palembang.
- b. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS 21.0 seperti pada tabel diatas, variabel Kepercayaan (X2) memiliki t hitung senilai 3,516 dengan nilai sig. 0,001. Ketentuan pengambilan keputusan hipotesis diterima atau ditolak, didasarkan dengan nilai t hitung $>$ t tabel, $-t$ hitung $<$ $-t$ tabel, atau jika signifikansi $<$ 0,05, maka dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis diterima. Hasil penelitian pada penelitian ini, memperoleh

nilai t hitung $>$ t tabel ($3,516 > 1,66088$) dan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa Kepercayaan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan pada Bank BNI Syariah KC KM 12 Palembang.

c. Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS 21.0 seperti pada tabel diatas, variabel Kepuasan (X3) memiliki t hitung senilai 2,002 dengan nilai sig. 0,048. Ketentuan pengambilan keputusan hipotesis diterima atau ditolak, didasarkan dengan nilai t hitung $>$ t tabel, $-t$ hitung $<$ $-t$ tabel, atau jika signifikansi $<$ 0,05, maka dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis diterima. Hasil penelitian pada penelitian ini, memperoleh nilai t hitung $>$ t tabel ($2,002 > 1,66088$) dan nilai signifikansi sebesar $0,048 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa Kepuasan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan pada Bank BNI Syariah KC KM 12 Palembang.

2. Uji F (Simultan)

Uji F hitung pada penelitian ini digunakan untuk menguji pengaruh secara simultan variabel Komunikasi (X1), Kepercayaan (X2), dan Kepuasan (X3) terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan pada Bank BNI Syariah KC KM 12 Palembang. Suatu variabel dianggap berpengaruh, apabila F hitung $>$ F tabel, dan dinyatakan signifikan apabila nilai sig. $<$ 0,05. Untuk hasil pengujian F hitung pada penelitian ini, bisa dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.16
Uji F

ANOVA ^a						
Model		<i>Sum of Squares</i>	<i>Df</i>	<i>Mean Square</i>	F	sig.
1	Regression	4.805	3	1.602	20.067	.000 ^b
	Residual	7.662	96	.080		
	Total	12.468	99			
a. <i>Dependent Variable: Y_LoyalitasNasabah</i>						
b. <i>Predictors: (Constant), X3_Kepuasan, X2_Kepercayaan, X1_Komunikasi</i>						

Sumber: *output SPSS 21 data diolah, 2020.*

Berdasarkan hasil perhitungan uji F Tabel 4.16 diatas, diperoleh F hitung sebesar 20,067. Untuk menentukan nilai F tabel dengan tingkat signifikansi 5%, serta *degree of freedom* (derajat kebebasan), $df = (n-k)$ atau $(100-4)$ dan $(k-1)$ atau $(4-1)$, $df = (100-4 = 96)$ dan $(4-1= 3)$. Maka dapat diperoleh hasil untuk F tabel senilai 2,70. Maka dari itu, hasil perhitungan F hitung $>$ F tabel ($20,067 > 2,70$) dengan diperoleh nilai sig ($0,000 < 0,05$), maka secara simultan (bersama-sama) Komunikasi, Kepercayaan, dan Kepuasan berpengaruh secara bersama-sama terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan pada Bank BNI Syariah KC KM 12 Palembang.

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (Adj R^2) pada dasarnya bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (terikat).

Tabel 4.17
Koefisien Determinasi

<i>Model Summary</i>				
Model	R	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	.621 ^a	.385	.366	.28252
a. <i>Predictors:</i> (Constant), X3_Kepuasan, X2_Kepercayaan, X1_Komunikasi				

Sumber: *output* SPSS 21 data diolah, 2020.

Berdasarkan hasil perhitungan Koefisien Determinasi pada Tabel 4.17 nilai Koefisien Determinasi (Adj R2) sebesar 0,366, yang artinya hal ini mengindikasikan bahwa kontribusi variabel bebas (*independent*) yaitu variabel Komunikasi, Kepercayaan, dan Kepuasan terhadap variabel terikat (*dependent*) yaitu Loyalitas Nasabah Tabungan pada Bank BNI Syariah KC KM 12 Palembang sebesar 36,6%, sedangkan sisanya 63,4% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang belum diteliti atau tidak termasuk dalam regresi pada penelitian ini.

F. Rekapitulasi Hasil Penelitian

Hasil penelitian ini dirangkum pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.18
Rekapitulasi Hasil Penelitian

No.	Hipotesis	Hasil Penelitian
1.	H1 = Komunikasi (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan pada Bank BNI Syariah KC KM 12	Komunikasi (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan pada Bank BNI Syariah KC KM 12 Palembang. Artinya, peningkatan Komunikasi (X1) akan diikuti dengan meningkatnya Loyalitas

No.	Hipotesis	Hasil Penelitian
	Palembang.	Nasabah Tabungan pada Bank BNI Syariah KC KM 12 Palembang secara signifikan dan sebaliknya.
2.	H2 = Kepercayaan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan pada Bank BNI Syariah KC KM 12 Palembang.	Kepercayaan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan pada Bank BNI Syariah KC KM 12 Palembang. Artinya, peningkatan Kepercayaan (X2) akan diikuti dengan meningkatnya Loyalitas Nasabah Tabungan pada Bank BNI Syariah KC KM 12 Palembang secara signifikan dan sebaliknya.
3.	H3 = Kepuasan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan pada Bank BNI Syariah KC KM 12 Palembang.	Kepuasan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan pada Bank BNI Syariah KC KM 12 Palembang. Artinya, peningkatan Kepuasan (X3) akan diikuti dengan meningkatnya Loyalitas Nasabah Tabungan pada Bank BNI Syariah KC KM 12 Palembang secara signifikan dan sebaliknya.
4.	H4 = Komunikasi (X1), Kepercayaan (X2), dan Kepuasan (X3) berpengaruh secara simultan terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan pada Bank BNI Syariah KC KM 12 Palembang.	Komunikasi (X1), Kepercayaan (X2), dan Kepuasan (X3) berpengaruh secara simultan terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan pada Bank BNI Syariah KC KM 12 Palembang. Artinya, peningkatan Komunikasi (X1), Kepercayaan (X2), dan Kepuasan (X3) secara bersama-sama akan diikuti dengan meningkatnya Loyalitas Nasabah Tabungan pada Bank BNI Syariah KC KM 12 Palembang.

G. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Komunikasi, Kepercayaan, dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah pada Tabungan

pada Bank BNI Syariah KC KM 12 Palembang. Pembahasan dan hasil penelitian ini sebagai berikut:

1. Komunikasi (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan pada Bank BNI Syariah KC KM 12 Palembang.

Berdasarkan hasil penelitian pada penelitian ini, memperoleh nilai t hitung $>$ t tabel ($6,255 > 1,66088$) dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa Komunikasi (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan pada Bank BNI Syariah KC KM 12 Palembang. Maka dari itu disimpulkan bahwa hipotesis pertama (H1) dalam penelitian ini diterima.

Hasil penelitian di dukung oleh teori Engel yang menjelaskan bahwa pembangunan komunikasi yang baik dengan pelanggan melibatkan pikiran dan tubuh.⁶⁸ Dalam hal ini teori mendukung hasil penelitian bahwa komunikasi menjelaskan kepada nasabah hal-hal yang menjadi kebutuhan nasabah pada saat itu. Semakin baik komunikasi yang diciptakan oleh karyawan maka semakin tinggi minat nasabah untuk menggunakan jasa pada perusahaan tersebut.

Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sasanti Herdina Murti (2013) yang berjudul Pengaruh dimensi *relationship marketing* terhadap loyalitas

⁶⁸ Sudaryono, *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*, (Yogyakarta : C.V Andi Offset, 2016), hlm. 200

fpelanggan, bahwa Komunikasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah. Maka dari itu, hipotesis pertama diterima.⁶⁹

2. Kepercayaan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan pada Bank BNI Syariah KC KM 12 Palembang.

Berdasarkan hasil penelitian pada penelitian ini, memperoleh nilai t hitung > t tabel (3,516 > 1,66088) dan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa Kepercayaan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan pada Bank BNI Syariah KC KM 12 Palembang.

Hasil penelitian ini didukung oleh teori Mowen dan Minor mendefinisikan kepercayaan konsumen sebagai semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen, dan semua kesimpulan yang dibuat oleh konsumen tentang objek, atribut, dan manfaatnya.⁷⁰ Dalam menjalankan bisnisnya, perbankan merupakan suatu bisnis yang berdasarkan azas kepercayaan, maka dari itu sistem pengelolaan wajib menggunakan pada prinsip kehati-hatian, agar kesehatan perusahaan dapat tetap terjaga demi kepentingan nasabah. Dari teori tersebut dapat disimpulkan bahwa kepercayaan konsumen adalah kekuatan pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan

⁶⁹ Sasanti Herdina Murti, “Pengaruh dimensi relationship marketing terhadap loyalitas pelanggan”, *Management Analysis Journal* Vol. 1, No. 2, 2013 hlm. 6

⁷⁰ Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013), hlm. 201

yang dibuat konsumen bahwa produk mempunyai objek, atribut dan manfaat.

Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Muhammad Bahrudin dan Siti Zuhro (2015) yang berjudul Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, menyatakan bahwa Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah.⁷¹

3. Kepuasan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan pada Bank BNI Syariah KC KM 12 Palembang.

Berdasarkan hasil penelitian pada penelitian ini, memperoleh nilai t hitung $>$ t tabel (2,002 $>$ 1,66088) dan nilai signifikansi sebesar $0,048 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa Kepuasan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan pada Bank BNI Syariah KC KM 12 Palembang.

Hasil penelitian ini didukung oleh teori Kotler dan Keller yang mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan konsumen, baik itu berupa kesenangan atau ketidakpuasan yang timbul dari membandingkan sebuah produk dengan harapan konsumen atas produk tersebut.⁷² Kepuasan konsumen digunakan perusahaan untuk mengukur sejauh mana loyalitas konsumen terhadap perusahaan. Semakin tinggi kepuasan konsumen, maka akan semakin banyak

⁷¹ Muhammad Bahrudin dan Siti Zuhro, “Pengaruh kepercayaan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan”, Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam Vol. 3, No. 1, 2015 hlm. 15

⁷² Sudaryono, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2016), hlm. 79

konsumen yang loyal yang mampu mengangkat citra atau pun nama baik perusahaan.

Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Roesdian Bayu Ardiyanto (2013) yang berjudul Pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah yang dimediasi oleh kepercayaan nasabah pada Bank BRI Syariah Surakarta, menyatakan bahwa Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah.⁷³

4. Komunikasi (X1), Kepercayaan (X2), dan Kepuasan (X3) berpengaruh secara simultan terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan pada Bank BNI Syariah KC KM 12 Palembang.

Berdasarkan hasil perhitungan F hitung > F tabel (20,067 > 2,70) dengan diperoleh nilai sig (0,000 < 0,05), maka secara simultan (bersama-sama) Komunikasi, Kepercayaan, dan Kepuasan berpengaruh secara bersama-sama terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan pada Bank BNI Syariah KC KM 12 Palembang.

Hal ini dapat dibuktikan dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Nunung Nurita Wulandari (2019) yang membahas tentang loyalitas pada salah satu nasabah Bank BNI Syariah yang bernama Yanuar, Yanuar merupakan nasabah Bank BNI Syariah, ia sudah menjadi nasabah semenjak duduk di bangku kuliah. Ia menggunakan Bank BNI Syariah karena ia yakin bank syariah lebih baik jika

⁷³ Roesdian Bayu Ardiyanto, “*Pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah yang dimediasi oleh kepercayaan nasabah pada Bank BRI Syariah Surakarta*”, Skripsi (Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2013), hlm. 12

dibandingkan bank konvensional. Bank BNI Syariah bagi Yanuar adalah tempat menabung yang aman karena melalui bank syariah ia dapat menabung tanpa terkena riba.⁷⁴

Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sasanti Herdina Murti (2013) yang menyatakan bahwa Komunikasi berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah. Dan, hasil penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Bahrudin dan Siti Zuhro (2015) yang menyatakan bahwa Kepercayaan berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah. Serta, hasil penelitian yang dilakukan oleh Roesdian Bayu Ardiyanto (2013) yang menyatakan bahwa Kepuasan berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah.

Seorang nasabah dapat dikatakan loyal apabila ia telah memutuskan untuk menggunakan produk di perusahaan tersebut, baik itu baru menggunakan produk maupun telah lama menggunakan produk. Selain itu, faktor lain yang mempengaruhi nasabah dapat dikatakan loyal yaitu dapat dilihat pada indikator loyalitas nasabah. Balognu mengemukakan bahwa berdasarkan dimensi loyalitas yaitu *attitude* dan *behavior*, maka salah satu pengukuran loyalitas jasa perbankan dapat dilakukan dengan melihat item *trust* (tanggapan kepercayaan nasabah terhadap bank), *psychological commitment* (komitmen psikologi nasabah terhadap bank), *switching cost* (tanggapan nasabah tentang beban yang diterima ketika terjadi), *word*

⁷⁴ Nunung Nurita Wulandari, “Pengambilan Keputusan Nasabah Skala Kecil dan Menengah Dalam Memilih Bank Syariah (Studi Kasus Lima Nasabah Bank BNI Syariah)”, Skripsi (Semarang: Universitas Diponegoro, 2019), hlm. 27

of mouth (perilaku publisitas yang dilakukan nasabah terhadap bank dan *cooperation* (perilaku nasabah yang menunjukkan sikap yang bekerjasama dengan bank). Dan juga membeli/menggunakan produk lebih dari satu pada bank tersebut juga merupakan tindakan loyalitas nasabah terhadap bank.