

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Gambaran Umum Bank BRI Syariah KCP Palembang Sudirman**

Bank BRI Syariah merupakan salah satu Bank Syariah terbesar yang ada di Indonesia. Bank BRI Syariah KCP Palembang Sudirman sebelumnya berdiri di 16 Ilir Palembang pada Tahun 2009 dan pindah ke jalan Sudirman pada tahun 2019. Bank BRI Syariah menyediakan tabungan Faedah BRI Syariah iB, Tabungan Haji BRI Syariah iB, Tabungan Impian BRI Syariah iB, Simpanan Faedah BRI Syariah iB, Simpanan Pelajar BRI Syariah iB, Giro Faedah Mudharabah BRI Syariah iB, Deposito BRI Syariah iB, KPR BRI Syariah iB, KPR Sejahtera BRI Syariah iB. Oto Faedah BRI Syariah, Tidak hanya itu Bank BRI Syariah KCP Palembang Sudirman juga menyediakan produk pembiayaan seperti Pembiayaan Umroh BRI Syariah, Pembiayaan kepemilikan Emas BRISyariah iB, Pembiayaan Mikro Faedah iB, Pembiayaan KUR BRI Syariah iB.

#### **B. Karakteristik Responden**

Berdasarkan penyebaran kuisioner kepada 100 orang nasabah Bank BRI Syariah KCP Palembang Sudirman, diperoleh karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, dan pekerjaan. Karakteristik responden

ini bertujuan untuk mengetahui secara jelas mengenai identitas responden sebagai objek penelitian.

### 1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan rekapitulasi data, diperoleh karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin sebagai berikut:

**Tabel 4.1**  
**Deskripsi Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**  
61

Keterangan		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>
Valid	Laki-Laki	73	73.0
	Perempuan	27	27.0
	Total	100	100.0

Sumber: Penelitian lapangan, data diolah (2021)

Berdasarkan Tabel 4.1 diketahui bahwa responden dalam penelitian ini lebih banyak responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 73 orang atau 73% dibandingkan dengan responden perempuan sebanyak 27 atau 27%.

### 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

Keterangan		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>
Valid	< 25 Tahun	27	27.0
	25 - 50 Tahun	51	51.0
	> 50 Tahun	22	22.0

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

Sumber: Penelitian lapangan, data diolah (2021)

Berdasarkan Tabel 4.2 diketahui bahwa responden berdasarkan usia responden terbanyak berusia diantara 25 – 50 tahun sebanyak 51 orang atau 51%, kemudian responden yang berusia < 25 tahun sebanyak 27 orang atau 27%, dan yang paling sedikit responden yang berusia > 50 tahun sebanyak 22 orang atau 22%.

### 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

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

	Keterangan	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>
Valid	PNS	27	27.0
	Pegawai Swasta	41	41.0
	Wiraswasta	23	23.0
	Lainnya	9	9.0
	Total	100	100.0

Sumber: Penelitian lapangan, data diolah (2021)

Berdasarkan Tabel 4.3 diketahui bahwa responden yang paling banyak yang bekerja sebagai pegawai swasta sebanyak 41 orang atau 41%, kemudian bekerja sebagai PNS sebanyak 27 orang atau 27%, bekerja sebagai wiraswasta sebanyak 23 orang atau 23% dan yang lainnya sebanyak 9 orang atau 9%.

### C. Uji Validitas dan Reliabilitas

Sebelum kuisisioner disebarakan kepada responden, maka perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

#### 1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan bantuan program SPSS yang dilakukan terhadap item-item pernyataan untuk variabel promosi ( $X_1$ ), kepercayaan ( $X_2$ ), penanganan keluhan ( $X_3$ ) dan loyalitas nasabah ( $Y$ ). Penilaian uji validitas dengan membandingkan nilai *Corrected Item-Total Correlation* ( $r$  hitung) dengan  $r$  tabel, bilamana nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel ( $df = 100 - 2 = 0,1966$ ) maka pernyataan dalam kuisisioner dinyatakan valid.

Adapun hasil uji validitas untuk variabel promosi dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.4**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Promosi ( $X_1$ )**

No	Pernyataan	Corrected Item-Total Correlation	R tabel	Keterangan
1.	Pesan yang ingin disampaikan Bank BRI Syariah KC Palembang dalam promosi memiliki tolak ukur yang baik	0.449	0.1966	Valid
2.	Promosi Bank BRI Syariah KC Palembang telah disampaikan kepada nasabah dan calon nasabah	0.500	0.1966	Valid
3.	Promosi Bank BRI Syariah KC Palembang disampaikan melalui media baik media massa, elektronik, banner dll	0.696	0.1966	Valid

4.	Media promosi yang digunakan Bank BRI Syariah KC Palembang dikenal oleh nasabah dan calon nasabah	0.581	0.1966	Valid
5.	Promosi yang dilakukan Bank BRI Syariah KC Palembang memiliki jangka waktu tertentu	0.638	0.1966	Valid
6.	Promosi dilakukan oleh Bank BRI Syariah KC Palembang mengikuti jadwal yang telah ditentukan	0.520	0.1966	Valid
7.	Promosi dilakukan oleh Bank BRI Syariah KC Palembang sebanyak frekuensi yang telah ditetapkan dalam suatu waktu	0.397	0.1966	Valid

Sumber: Penelitian lapangan, data diolah (2021)

Berdasarkan tabel 4.4 diperoleh nilai untuk masing-masing item pernyataan pada variabel promosi ( $X_1$ ) semua memiliki nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel 0,1966, hal ini berarti bahwa semua item-item pernyataan pada variabel promosi ( $X_1$ ) dinyatakan “valid”.

Hasil pengujian validitas untuk item – item pernyataan pada variabel kepercayaan ( $X_2$ ) dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan ( $X_2$ )**

No	Pernyataan	Corrected Item-Total Correlation	R tabel	Keterangan
1.	Bank BRI Syariah KC Palembang mengikuti prinsip-prinsip yang dapat diterima seperti menepati janji, berperilaku sesuai etika dan jujur	0.535	0.1966	Valid
2.	Bank BRI Syariah KC Palembang memiliki integritas yang selalu konsisten dengan kebijakan masa lalu	0.503	0.1966	Valid
3.	Bank BRI Syariah KC Palembang memiliki komunikasi yang kredibel	0.346	0.1966	Valid

4.	Bank BRI Syariah KC Palembang menjaga besarnya kepercayaan kemitraan dengan nasabah	0.498	0.1966	Valid
5.	Bank BRI Syariah KC Palembang selalu menjaga komitmen	0.604	0.1966	Valid
6.	Bank BRI Syariah KC Palembang memiliki kemampuan untuk memecahkan permasalahan yang dihadapi oleh nasabah	0.338	0.1966	Valid
7.	Bank BRI Syariah KC Palembang memenuhi segala keperluan nasabah sehubungan dengan produk tabungannya	0.586	0.1966	Valid

Sumber: Penelitian lapangan, data diolah (2021)

Berdasarkan tabel 4.5 diperoleh nilai untuk masing-masing item pernyataan pada variabel kepercayaan ( $X_2$ ) semua memiliki nilai  $r$  hitung  $> r$  tabel 0,1966, hal ini berarti bahwa semua item-item pernyataan pada variabel kepercayaan ( $X_2$ ) dinyatakan “valid”.

Hasil pengujian validitas untuk item – item pernyataan pada variabel penanganan keluhan ( $X_3$ ) dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Penanganan Keluhan ( $X_3$ )**

No	Pernyataan	Corrected Item-Total Correlation	R tabel	Keterangan
1.	Bank BRI Syariah KC Palembang memberikan waktu untuk mendengarkan keluhan nasabah	0.403	0.1966	Valid
2.	Bank BRI Syariah KC Palembang berusaha memahami situasi yang dirasakan oleh nasabah	0.517	0.1966	Valid
3.	Bank BRI Syariah KC Palembang memberikan pemecahan yang optimal yang diupayakan bersama nasabah	0.441	0.1966	Valid

4.	Keluhan pelanggan segera ditanggapi oleh Bank BRI Syariah KC Palembang	0.330	0.1966	Valid
5.	Bank BRI Syariah KC Palembang berkomitmen untuk menyelesaikan semua keluhan nasabah	0.440	0.1966	Valid
6.	Bank BRI Syariah KC Palembang memperhatikan aspek kewajaran dalam pemecahan masalah yang dihadapi oleh nasabah	0.340	0.1966	Valid
7.	Bank BRI Syariah KC Palembang mengharapkan situasi "win-win" (fair, realistis, dan proporsional), di mana nasabah dan Bank BRI Syariah Cabang Palembang sama-sama diuntungkan	0.472	0.1966	Valid
8.	Bank BRI Syariah KC Palembang menggunakan metode komunikasi dengan nasabah yang mudah dan relatif tidak mahal (tidak memberatkan nasabah)	0.405	0.1966	Valid
9.	Nasabah dapat menyampaikan keluhan-keluhannya kepada Bank BRI Syariah KC Palembang dengan mudah	0.371	0.1966	Valid
10.	Bank BRI Syariah KC Palembang menyediakan saluran telepon beba pulsa (hot line service) dan atau website untuk menampung keluhan nasabah	0.264	0.1966	Valid

Sumber: Penelitian lapangan, data diolah (2021)

Berdasarkan tabel 4.6 diperoleh nilai untuk masing-masing item pernyataan pada variabel penanganan keluhan ( $X_3$ ) semua memiliki nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel 0,1966, hal ini berarti bahwa semua item-item pernyataan pada variabel penanganan keluhan ( $X_3$ ) dinyatakan "valid".

Hasil pengujian validitas untuk item – item pernyataan pada variabel loyalitas nasabah ( $Y$ ) dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Nasabah ( $Y$ )**

No	Pernyataan	Corrected Item-Total Correlation	R tabel	Keterangan
1.	Saya membeli kembali produk yang sama yang ditawarkan oleh Bank BRI Syariah KC Palembang	0.314	0.1966	Valid
2.	Saya membeli produk lain yang ditawarkan oleh Bank BRI Syariah KC Palembang	0.622	0.1966	Valid
3.	Saya melakukan komunikasi dari mulut ke mulut berkenaan dengan produk Bank BRI Syariah KC Palembang kepada orang lain.	0.718	0.1966	Valid
4.	Saya merekomendasikan produk Bank BRI Syariah KC Palembang kepada orang lain	0.651	0.1966	Valid
5.	Saya tidak tertarik terhadap produk sejenis dari bank lain	0.683	0.1966	Valid
6.	Saya hanya tertarik pada produk produk yang ada di Bank BRI Syariah KC Palembang	0.603	0.1966	Valid

Sumber: Penelitian lapangan, data diolah (2021)

Berdasarkan tabel 4.7 diperoleh nilai untuk masing-masing item pernyataan pada variabel loyalitas nasabah (Y) semua memiliki nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel 0,1966, hal ini berarti bahwa semua item-item pernyataan pada variabel loyalitas nasabah (Y) dinyatakan “valid”.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus alpha, dimana nilai *cronbach's alpha*  $<$  0,6 artinya tidak reliabel, sedangkan nilai *cronbach's alpha*  $>$  0,6 artinya reliabel. Berdasarkan perhitungan diperoleh hasil uji reliabilitas sebagai berikut:

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Reliabilitas**



No	Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Batasan	Keterangan
1.	Promosi (X <sub>1</sub> )	0,917	0,6	Reliabel
2.	Kepercayaan (X <sub>2</sub> )	0,793	0,6	Reliabel
3.	Penanganan Keluhan (X <sub>3</sub> )	0,810	0,6	Reliabel
4.	Loyalitas Nasabah (Y)	0,743	0,6	Reliabel

Sumber: Penelitian lapangan, data diolah (2021)

Berdasarkan Tabel 4.9 diperoleh nilai *cronbach's alpha* untuk variabel promosi (X<sub>1</sub>), kepercayaan (X<sub>2</sub>), penanganan keluhan (X<sub>3</sub>) dan loyalitas nasabah (Y) di atas 0,6. Maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini adalah reliabel, sehingga layak digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian ini.

#### D. Uji Asumsi Klasik

##### 1. Uji Normalitas

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. Berdasarkan perhitungan diperoleh hasil pengujian normalitas sebagai berikut:

**Tabel 4.9**  
**Uji Normalitas *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test***

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.78317155
Most Extreme Differences	Absolute	.054
	Positive	.044
	Negative	-.054
Test Statistic		.054
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

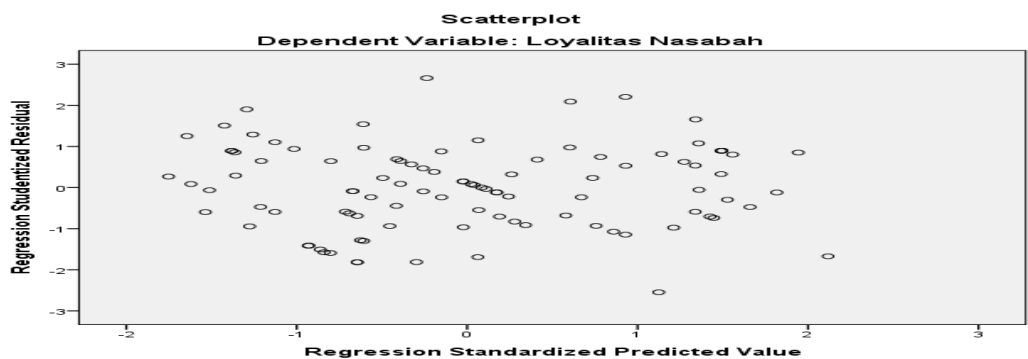
Sumber: Penelitian lapangan, data diolah (2021)

Berdasarkan tabel 4.9 terlihat uji normalitas dengan metode *Kolmogrov-Smirnov* diperoleh nilai *asymp. sig* sebesar  $0,200 > 0,05$ . Hal ini berarti bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

## 2. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas pada model regresi penelitian ini menggunakan dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SPREID.

Berdasarkan pengolahan data diperoleh hasil sebagai berikut:



**Gambar 4.1**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Berdasarkan gambar 4.1 diketahui bahwa titik – titik menyebar secara acak atau tidak membentuk pola. Hal ini berarti bahwa data dalam penelitian ini tidak mengalami gangguan heteroskedastisitas

### 3. Uji Linearitas

Uji linearitas dalam penelitian ini menggunakan menggunakan *test of linearity* dengan taraf signifikansi 0,05 dengan hasil perhitungan sebagai berikut:

**Tabel 4.10**  
**Uji Linearitas Promosi dengan Loyalitas Nasabah**  
ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Loyalitas Nasabah * Promosi	Between (Combined)		398.299	12	33.192	5.749	.000
	Groups	Linearity	355.510	1	355.510	61.577	.000
		Deviation from Linearity	42.788	11	3.890	.674	.760
		Within Groups	502.291	87	5.773		
		Total	900.590	99			

Sumber: Penelitian lapangan, data diolah (2021)

Berdasarkan tabel 4.10 diperoleh nilai *deviation from linearity* sig. sebesar  $0.760 > 0.05$  yang berarti bahwa ada hubungan linier antara variabel promosi ( $X_1$ ) dengan loyalitas nasabah (Y).

Kemudian pengujian linieritas antara variabel kepercayaan ( $X_2$ ) dengan loyalitas nasabah diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.11**  
**Uji Linearitas Promosi dengan Loyalitas Nasabah**  
ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Loyalitas Nasabah * Kepercayaan	Between	(Combined)	615.056	13	47.312	14.250	.000
	Groups	Linearity	539.624	1	539.624	162.529	.000
		Deviation from Linearity	75.432	12	6.286	.893	.064
	Within Groups		285.534	86	3.320		
	Total		900.590	99			

Sumber: Penelitian lapangan, data diolah (2021)

Berdasarkan tabel 4.11 diperoleh nilai deviation from linearity sig. sebesar  $0.064 > 0.05$  yang berarti bahwa ada hubungan linier antara variabel kepercayaan ( $X_2$ ) dengan loyalitas nasabah (Y).

Kemudian pengujian linieritas antara variabel penanganan keluhan ( $X_3$ ) dengan loyalitas nasabah sebagai berikut:

**Tabel 4.12**  
**Uji Linearitas Penanganan Keluhan dengan Loyalitas Nasabah**  
ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Loyalitas Nasabah * Penanganan Keluhan	Between	(Combined)	401.788	16	25.112	4.179	.000
	Groups	Linearity	313.635	1	313.635	52.188	.000
		Deviation from Linearity	88.153	15	5.877	.978	.485
	Within Groups		498.802	83	6.010		
	Total		900.590	99			

Sumber: Penelitian lapangan, data diolah (2021)

Berdasarkan tabel 4.12 diperoleh nilai *deviation from linearity* sig. sebesar  $0.485 > 0.05$  yang berarti bahwa ada hubungan linier antara variabel penanganan keluhan ( $X_3$ ) dengan loyalitas nasabah (Y).

#### 4. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dalam penelitian ini dengan melihat nilai dari *Tolerance* Variabel dan Variante Inflation Factor (VIF). Berdasarkan perhitungan diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Promosi	.549	1.822
Kepercayaan	.503	1.988
Penanganan Keluhan	.653	1.532

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Berdasarkan tabel 4.13 diperoleh nilai VIF untuk variabel promosi sebesar 1,822, variabel kepercayaan sebesar 1,988 dan variabel penanganan keluhan sebesar 1,532. Oleh karena semua variabel penelitian nilai VIF nya lebih kecil dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada gangguan multikolinieritas dalam penelitian ini.

#### **E. Analisis Regresi Linear Berganda**

Penelitian ini ingin melihat pengaruh antara promosi (X1), kepercayaan (X2), penanganan masalah (X3) terhadap loyalitas nasabah (Y) Bank BRI Syariah KCP Palembang Sudirman dengan menggunakan regresi linier berganda. Berdasarkan pengolahan data diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.14**  
**Analisis Regresi Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1.408	2.103		-.670	.505
Promosi	.156	.075	.170	2.088	.039
Kepercayaan	.525	.081	.555	6.521	.000
Penanganan Keluhan	.159	.062	.193	2.589	.011

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber: Penelitian lapangan, data diolah (2021)

Berdasarkan data tabel 4.14 dapat dibentuk dengan persamaan linear berganda sebagai berikut:

$$Y = -1,408 + 0,156 \beta_1 + 0,525 \beta_2 + 0,159 \beta_3$$

Persamaan regresi tersebut, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar -1,408 artinya tanpa adanya promosi, kepercayaan dan penanganan keluhan kepada nasabah, maka nilai loyalitas nasabah hanya sebesar -1,408 yang artinya nasabah tidak memiliki loyalitas terhadap Bank BRI Syariah Kantor Cabang Sudirman.
2. Nilai koefisien regresi untuk variabel promosi ( $X_1$ ) sebesar 0,156 artinya bila promosi yang dilakukan oleh Bank BRI Syariah Kantor Cabang Sudirman meningkat 1 skor maka loyalitas nasabah (Y) juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,156 dengan asumsi variabel lainnya dianggap konstan.
3. Nilai koefisien regresi untuk variabel kepercayaan ( $X_2$ ) sebesar 0,525 artinya bila Bank BRI Syariah Kantor Cabang Sudirman meningkatkan

kepercayaan nasabahnya sebesar 1 skor maka loyalitas nasabah (Y) juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,525 dengan asumsi variabel lainnya dianggap konstan.

4. Nilai koefisien regresi untuk variabel penanganan keluhan ( $X_3$ ) sebesar 0,159 artinya bila Bank BRI Syariah Kantor Cabang Sudirman meningkatkan penanganan keluhan nasabahnya sebesar 1 skor maka loyalitas nasabah (Y) juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,159 dengan asumsi variabel lainnya dianggap konstan.

## **F. Uji Hipotesis**

### **1. Uji Parsial (Uji t)**

Uji t digunakan untuk menguji variabel independen (bebas) secara parsial terhadap variabel dependen (terikat) yang masing – masing dapat diuraikan sebagai berikut:

#### **a. Pengaruh Promosi ( $X_1$ ) Terhadap Loyalitas Nasabah (Y)**

Berdasarkan tabel 4.14 diperoleh nilai t hitung  $2,088 > t$  tabel  $1,98498$  (0.05:96) dan nilai signifikan  $0.039 < 0.05$  yang berarti bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang menunjukkan bahwa variabel promosi ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank BRI Syariah Kantor Cabang Sudirman.

#### **b. Pengaruh Kepercayaan ( $X_2$ ) Terhadap Loyalitas Nasabah (Y)**

Berdasarkan tabel 4.14 diperoleh nilai t hitung  $6,521 > t$  tabel  $1,98498$  ( $0.05:96$ ) dan nilai signifikan  $0.000 < 0.05$  yang berarti bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang menunjukkan bahwa variabel kepercayaan ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank BRI Syariah Kantor Cabang Sudirman.

c. Pengaruh Penanganan Keluhan ( $X_3$ ) Terhadap Loyalitas Nasabah (Y)

Berdasarkan tabel 4.14 diperoleh nilai t hitung  $2,589 > t$  tabel  $1,98498$  ( $0.05:96$ ) dan nilai signifikan  $0.011 < 0.05$  yang berarti bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang menunjukkan bahwa variabel penanganan keluhan ( $X_3$ ) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank BRI Syariah Kantor Cabang Sudirman.

## 2. Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji variabel independen (bebas) secara simultan terhadap variabel dependen (terikat) dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.15**  
ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	585.800	3	195.267	59.549	.000 <sup>b</sup>
	Residual	314.790	96	3.279		
	Total	900.590	99			

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

b. Predictors: (Constant), Penanganan Keluhan, Promosi, Kepercayaan



Berdasarkan tabel 4.15 diperoleh nilai F hitung sebesar  $59,549 > F$  tabel 2,70 (3:96) dan nilai signifikansi  $0.000 < 0.05$  yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang menunjukkan bahwa variabel promosi ( $X_1$ ), kepercayaan ( $X_2$ ) dan penanganan keluhan ( $X_3$ ) secara bersama – sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y) Bank BRI Syariah Kantor Cabang Sudirman.

### 3. Uji Koefisien Determinasi (Uji $R^2$ )

Uji koefisien determinasi parsial digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh variabel independent secara bersama-sama terhadap variabel dependent. Berdasarkan pengolahan data diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.16**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.807 <sup>a</sup>	.650	.640	1.811

a. Predictors: (Constant), Penanganan Keluhan, Promosi, Kepercayaan

b. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai r sebesar 0,807 yang berarti bahwa terdapat hubungan yang sangat erat antara variabel promosi ( $X_1$ ), kepercayaan ( $X_2$ ) dan penanganan keluhan ( $X_3$ ) secara bersama – sama (simultan) terhadap loyalitas nasabah (Y) Bank BRI Syariah Kantor Cabang Sudirman.

Kemudian nilai R square ( $R^2$ ) sebesar 0,650 yang berarti bahwa variabel promosi ( $X_1$ ), kepercayaan ( $X_2$ ) dan penanganan keluhan ( $X_3$ ) secara bersama – sama (simultan) mempengaruhi variabel loyalitas nasabah (Y) Bank BRI Syariah Kantor Cabang Sudirman sebesar 65% sedangkan sisanya sebesar 35% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini seperti kualitas pelayanan.

## **F. Pembahasan**

### **1. Pengaruh Promosi ( $X_1$ ) Terhadap Loyalitas Nasabah (Y)**

Nilai t hitung 2,088 > t tabel 1,98498 (0.05:96) dan nilai signifikan 0.039 < 0.05 yang berarti bahwa variabel promosi ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank BRI Syariah Kantor Cabang Sudirman.

Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan termasuk bank dalam memasarkan produknya. Dengan kegiatan promosi tersebut diharapkan nasabah akan mengetahui lebih jauh mengenai produk yang ditawarkan bank kepada nasabah. Berbagai sarana digunakan untuk memasarkan produknya kepada nasabah dengan tujuan agar nasabah tertarik terhadap apa yang dipromosikan bank sehingga dengan ketertarikan tersebut dapat meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap bank dan hal ini akan berdampak pada loyalitas nasabah untuk menggunakan produk bank semakin besar.

Pemasaran tidak hanya sekedar menyampaikan produk dari tangan produsen ke tangan konsumen, tetapi pemasaran pun memperhatikan apakah kebutuhan dan keinginan konsumen terpenuhi, apakah konsumen puas terhadap produk tersebut, dan apakah konsumen akan melakukan pembelian ulang dan menjadi loyal terhadap produk atau Bank tersebut<sup>1</sup>.

Penelitian yang dilakukan oleh Kurnia Ayu menunjukkan bahwa promosi berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Nasabah BJB Syariah Cabang Bekasi dengan nilai signifikansi sebesar 0,02 lebih kecil dari level signifikansi 0,05<sup>2</sup>.

## **2. Pengaruh Kepercayaan (X<sub>2</sub>) Terhadap Loyalitas Nasabah (Y)**

Nilai t hitung 6,521 > t tabel 1,98498 (0.05:96) dan nilai signifikan 0.000 < 0.05 yang berarti bahwa variabel kepercayaan (X<sub>2</sub>) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank BRI Syariah Kantor Cabang Sudirman.

---

<sup>1</sup> Fergiawan, Danar. 2016. Pengaruh Nilai Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Surakarta. Skripsi. Dipublikasikan (Online). Sukoharjo: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta,

<sup>2</sup> Kurnia Ayu. 2017. pengaruh Nilai Nasabah, Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah di BJB Syariah Cabang Bekas. Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah

Kepercayaan merupakan salah satu unsur penting dalam loyalitas konsumen. Selain itu, kepercayaan juga sebagai dasar untuk membangun dan memelihara hubungan jangka panjang<sup>3</sup>.

Dasar utama bisnis perbankan adalah kepercayaan (*trust*), baik dalam hal penghimpunan dana maupun penyaluran dana. Menurut Barnes dalam Kusmayadi bahwa “Kepercayaan adalah keyakinan bahwa seseorang akan menemukan apa yang diinginkan pada mitra pertukaran. Kepercayaan melibatkan kesediaan seseorang untuk untuk bertingkah laku tertentu karena keyakinan bahwa mitranya akan memberikan apa yang ia harapkan dan suatu harapan yang umumnya dimiliki seseorang bahwa kata, janji atau pernyataan orang lain dapat dipercaya”<sup>4</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Bagus Dwi Setyawan, hasil penelitiannya menunjukkan bahwa ada pengaruh secara positif dan signifikan kepercayaan terhadap loyalitas konsumen PDAM Tirta Moedal Semarang<sup>5</sup>.

---

<sup>3</sup> Yin, Yee and T.M. Faziharudean. (2015). Factors Affecting Customer Loyalty of Using Internet Banking in Malaysia. Journal of Electronic Banking Systems Faculty of Business and Accountancy. University of Malaya

<sup>4</sup> Kusumayadi. 2017. Pengaruh Relationship Quality Terhadap Loyalitas Nasabah. STIE STAN Indoneisa Mandiri

<sup>5</sup> Bagus Dwi Setyawan. 2013. Pengaruh Kualitas produk dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi pada PDAM Tirta Moedal Semarang). Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang.

### 3. Pengaruh Penanganan Keluhan ( $X_3$ ) Terhadap Loyalitas Nasabah (Y)

Nilai t hitung 2,589 > t tabel 1,98498 (0.05:96) dan nilai signifikan  $0.011 < 0.05$  yang berarti bahwa variabel penanganan keluhan ( $X_3$ ) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank BRI Syariah Kantor Cabang Sudirman.

Menurut Tjptono dalam Wahjono komplain berdampak strategis terhadap perusahaan<sup>6</sup>. Senada dengan pendapat yang lain, menurut Timm keluhan adalah kesempatan mempererat hubungan dan menciptakan loyalitas<sup>7</sup>.

Schanaars dalam Hasan berpendapat kalau strategi penanganan keluhan itu efisien, maka strategi ini dapat mengubah pelanggan yang tidak puas menjadi pelanggan produk perusahaan yang puas<sup>8</sup>. Hal ini diperkuat dengan pendapat dari Mudie & Cottam dalam Tjptono, bahwa penanganan komplain secara efektif memberikan peluang untuk mengubah seorang pelanggan yang tidak puas menjadi pelanggan produk / jasa perusahaan yang puas (atau bahkan menjadi `pelanggan abadi`)<sup>9</sup>.

---

<sup>6</sup> Sentot Imam *Wahjono*. 2015, Manajemen Sumber Daya Manusia, Salemba. Empat, Jakarta Selatan

<sup>7</sup> *Timm*, Paul R 2005, 50 Ideas To Keep Your Customer, PT. Buana Ilmu. Populer, Jakarta

<sup>8</sup> Ali Hasan (2013). Marketing dan Kasus Kasus Pilihan, PT. Buku Seru, Jakarta

<sup>9</sup> *Tjptono*, Fandy. 2014, Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian, Andi. Offset, Yogyakarta

Penelitian yang dilakukan oleh Ratna Endah Nawangsih menunjukkan bahwa penanganan keluhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah BPRS Suriyah Cabang Salatiga<sup>10</sup>.

#### **4. Pengaruh Promosi (X<sub>1</sub>), Kepercayaan (X<sub>2</sub>) dan Penanganan Keluhan (X<sub>3</sub>) Terhadap Loyalitas Nasabah (Y)**

Nilai F hitung sebesar  $59,549 > F$  tabel 2,70 (3:96) dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  yang berarti bahwa variabel promosi (X<sub>1</sub>), kepercayaan (X<sub>2</sub>) dan penanganan keluhan (X<sub>3</sub>) secara bersama – sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y) Bank BRI Syariah Kantor Cabang Sudirman.

Loyalitas nasabah di kenal sebagai faktor yang dianggap menentukan dalam bisnis organisasi yang sukses. Untuk menjaga loyalitasnya, seorang nasabah perlu diberikan promosi secara kontinuitas agar selalu teringat akan produk yang ditawarkan oleh pihak perbankan syariah dan merekomendasikan produk tersebut kepada orang-orang disekitar lingkungan nasabah. Promosi dapat berfungsi sebagai pengingat nasabah akan produk, promosi juga memengaruhi nasabah untuk membeli barang/jasa yang ditawarkan oleh perbankan.

---

<sup>10</sup> Ratna Endah Nawangsih (2019) Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penanganan Keluhan terhadap LoyalitasNasabah Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus BPRS Suriyah Cabang Salatiga)

Kemudian untuk menjaga loyalitas nasabah juga diperlukan kepercayaan. Kepercayaan didefinisikan sebagai kemauan untuk menandatangani pada hubungan dengan partnernya berlandaskan atas keyakinan. Jika sebuah hubungan dilandasi dengan kejujuran, saling percaya dan profesional maka terciptalah kerukunan antar keduanya. Perbankan syariah perlu sekali menjaga kepercayaan nasabah agar nasabah merasa puas dan loyal terhadap produk atau jasa yang ditawarkan perbankan syariah.

Jika sebuah lembaga bank sudah dipercaya nasabah, bank juga perlu menjaga hubungan dengan nasabah baik nasabah lama ataupun nasabah baru. Salah satu cara untuk menjaga hubungan dengan nasabah lama adalah dengan penanganan keluhan yang terjadi dalam perusahaan jasa. Kesalahan, kegagalan, dan keluhan tak terelakkan dalam bisnis jasa. Komplain adalah sebuah kata yang sering berkonotasi negatif bagi kedua belah pihak, baik bagi perusahaan maupun bagi konsumen. Konsep manajemen keluhan merupakan sebuah sarana yang dapat digunakan untuk membangun komunikasi dengan pelanggan dan memperoleh umpan balik tentang tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan bank. Penanganan keluhan yang baik dan efektif akan membuat nasabah merasa diprioritaskan dan dihargai. Jika perbankan syariah mampu menangani keluhan nasabah dengan baik, kecil kemungkinan nasabah akan

mengadukan hal-hal negatif dalam perbankan syariah kepada orang-orang disekitar nasabah<sup>11</sup>.

Penelitian yang dilakukan oleh Kuni Latifah dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa penanganan keluhan berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah, dan kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening<sup>12</sup>.

---

<sup>11</sup> *Tjiptono*, Fandy. 2014, Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian, Andi. Offset, Yogyakarta

<sup>12</sup> Kuni Latifah (2019) Pengaruh Promosi Produk, Kepercayaan, dan Penanganan Keluhan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada BNI Syariah KCP Bantul)



## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan untuk menjawab tujuan penelitian yaitu:

1. Variabel promosi ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y) Bank BRI Syariah Kantor Cabang Sudirman Palembang.
2. Variabel kepercayaan ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y) Bank BRI Syariah Kantor Cabang Sudirman Palembang.
3. Variabel penanganan keluhan ( $X_3$ ) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y) Bank BRI Syariah Kantor Cabang Sudirman Palembang.
4. Variabel promosi ( $X_1$ ), kepercayaan ( $X_2$ ) dan penanganan keluhan ( $X_3$ ) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y) Bank BRI Syariah Kantor Cabang Sudirman Palembang.

## **B. Saran**

1. Pihak Bank BRI Syariah Kantor Cabang Sudirman Palembang hendaknya meningkatkan promosi kepada calon nasabah dalam hal ini bank bisa menciptakan produk-produk inovatif dan menarik sehingga bisa membuat para nasabah tertarik. Beberapa produk bank tersebut berupa dana, kredit, dan jasa-jasa lainnya, dimana hal tersebut merupakan hal yang banyak dibutuhkan oleh masyarakat.
2. Pimpinan Bank BRI Syariah Kantor Cabang Sudirman Palembang perlu mempertahankan dan meningkatkan loyalitas nasabah melalui menjaga kepercayaan nasabah dengan peningkatan pelayanan produk-produk perbankan dalam memenuhi k<sup>81</sup> han nasabah
3. Perlu adanya peningkatan profesionalisme kerja yang terpadu segenap karyawan Bank BRI Syariah Kantor Cabang Sudirman Palembang dalam menangani setiap keluhan nasabah, sehingga nasabah merasa diperhatikan dengan baik yang dapat berdampak pada meningkatnya loyalitas nasabah.
4. Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah variabel bebas lain, sehingga dapat diketahui kontribusi faktor-faktor lain dalam meningkatkan loyalitas nasabah.

**KUISIONER PENELITIAN**  
**PENGARUH PROMOSI, KEPERCAYAAN DAN PENANGANAN**  
**KELUHAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA BANK**  
**BRI SYARIAH KCP PALEMBANG SUDIRMAN**

Terima kasih atas partisipasinya, anda menjadi salah satu responden untuk mengisi kuisisioner ini. Kuisisioner ini merupakan salah satu instrumen penelitian untuk memenuhi tugas penyelesaian Skripsi Program Sarjana Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang.

Saya sangat menghargai kejujuran anda dalam mengisi kuisisioner ini dan menjamin kerahasiaan anda. Atas kerjasama dan bantuan anda, saya ucapkan terima kasih.

**Petunjuk Pengisian**

Berikanlah tanda “X” pada kolom yang sesuai dengan pilihan anda.

Keterangan:

- |                              |               |                       |
|------------------------------|---------------|-----------------------|
| 1. Sangat Tidak Setuju (STS) | 3. Netral (N) | 5. Sangat Setuju (SS) |
|------------------------------|---------------|-----------------------|

2. Tidak Setuju (TS)

4. Setuju (S)

**Identitas Responden**

Nama : .....(boleh tidak di isi)

Jenis Kelamin : .....

Usia : .....

Pekerjaan : .....

**Promosi (X1)**

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Pesan yang ingin disampaikan Bank BRI Syariah KC Palembang dalam promosi memiliki tolak ukur yang baik					
2.	Promosi Bank BRI Syariah KC Palembang telah disampaikan kepada nasabah dan calon nasabah					
3.	Promosi Bank BRI Syariah KC Palembang disampaikan melalui media baik media massa, elektronik, banner dll					
4.	Media promosi yang digunakan Bank BRI Syariah KC Palembang dikenal oleh nasabah dan calon nasabah					
5.	Promosi yang dilakukan Bank BRI Syariah KC Palembang memiliki jangka waktu tertentu					
6.	Promosi dilakukan oleh Bank BRI Syariah KC Palembang mengikuti jadwal yang telah ditentukan					
7.	Promosi dilakukan oleh Bank BRI Syariah KC Palembang sebanyak frekuensi yang telah ditetapkan dalam suatu waktu					

**Kepercayaan (X2)**

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Bank BRI Syariah KC Palembang mengikuti prinsip-prinsip yang dapat diterima seperti menepati janji, berperilaku sesuai etika dan jujur					
2.	Bank BRI Syariah KC Palembang memiliki integritas yang selalu konsisten dengan kebijakan masa lalu					
3.	Bank BRI Syariah KC Palembang memiliki komunikasi yang kredibel					
4.	Bank BRI Syariah KC Palembang menjaga besarnya kepercayaan kemitraan dengan nasabah					
5.	Bank BRI Syariah KC Palembang selalu menjaga komitmen					
6.	Bank BRI Syariah KC Palembang memiliki kemampuan untuk memecahkan permasalahan yang dihadapi oleh nasabah					
7.	Bank BRI Syariah KC Palembang memenuhi segala keperluan nasabah sehubungan dengan produk tabungannya					

### Penanganan Keluhan (X3)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Bank BRI Syariah KC Palembang memberikan waktu untuk mendengarkan keluhan nasabah					
2.	Bank BRI Syariah KC Palembang berusaha memahami situasi yang dirasakan oleh nasabah					
3.	Bank BRI Syariah KC Palembang memberikan pemecahan yang optimal yang diupayakan bersama nasabah					
4.	Keluhan pelanggan segera ditanggapi oleh Bank BRI Syariah KC Palembang					
5.	Bank BRI Syariah KC Palembang berkomitmen untuk menyelesaikan semua keluhan nasabah					

6.	Bank BRI Syariah KC Palembang memperhatikan aspek kewajaran dalam pemecahan masalah yang dihadapi oleh nasabah					
7.	Bank BRI Syariah KC Palembang mengharapkan situasi "win-win" (fair, realistis, dan proporsional), di mana nasabah dan Bank BRI Syariah Cabang Palembang sama-sama diuntungkan					
8.	Bank BRI Syariah KC Palembang menggunakan metode komunikasi dengan nasabah yang mudah dan relatif tidak mahal (tidak memberatkan nasabah)					
9.	Nasabah dapat menyampaikan keluhan-keluhannya kepada Bank BRI Syariah KC Palembang dengan mudah					
10	Bank BRI Syariah KC Palembang menyediakan saluran telepon beba pulsa ( <i>hot line service</i> ) dan atau website untuk menampung keluhan nasabah					

### Loyalitas Nasabah (Y)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya membeli kembali produk yang sama yang ditawarkan oleh Bank BRI Syariah KC Palembang					
2.	Saya membeli produk lain yang ditawarkan oleh Bank BRI Syariah KC Palembang					
3.	Saya melakukan komunikasi dari mulut ke mulut berkenaan dengan produk Bank BRI Syariah KC Palembang kepada orang lain.					
4.	Saya merekomendasikan produk Bank BRI Syariah KC Palembang kepada orang lain					
5.	Saya tidak tertarik terhadap produk sejenis dari bank lain					
6.	Saya hanya tertarik pada produk produk yang ada di Bank BRI Syariah KC					

	Palembang					
--	-----------	--	--	--	--	--

**TERIMA KASIH**  
Atas Perhatian dan Partisipasi Anda dalam Penelitian ini

### LAMPIRAN DATA PENELITIAN

R	Promosi (X1)							Total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	
1	4	3	4	3	4	4	4	26
2	5	3	4	3	4	3	5	27
3	4	4	4	4	4	4	4	28
4	3	4	4	4	4	4	3	26
5	4	3	3	3	3	3	4	23
6	4	3	3	3	3	3	4	23
7	4	4	4	4	4	4	4	28
8	4	4	4	4	4	4	4	28
9	3	4	3	4	3	3	3	23
10	4	3	3	3	3	3	4	23
11	3	4	3	4	3	3	3	23
12	4	4	3	4	3	3	4	25
13	3	4	4	4	4	4	3	26
14	4	4	3	4	3	3	4	25
15	3	4	4	4	4	4	3	26

16	4	3	3	3	3	3	4	23
17	5	4	5	4	5	3	5	31
18	4	3	3	3	3	3	4	23
19	4	4	3	4	3	5	4	27
20	5	4	5	4	5	5	5	33
21	4	5	4	5	4	4	4	30
22	3	4	3	4	3	3	3	23
23	4	4	4	4	4	4	4	28
24	5	4	4	4	4	4	5	30
25	5	5	3	5	3	5	5	31
26	4	5	5	5	5	5	4	33
27	5	5	5	5	5	3	5	33
28	4	4	5	4	5	5	4	31
29	5	4	5	4	5	5	5	33
30	4	5	5	5	5	5	4	33
31	4	5	4	5	4	4	4	30
32	5	4	5	4	5	5	5	33
33	5	5	4	5	4	3	5	31
34	4	4	3	4	3	4	4	26
35	4	4	4	4	4	4	4	28
36	5	5	4	5	4	4	5	32
37	4	5	5	5	5	5	4	33
38	4	5	5	5	5	3	4	31
39	5	5	4	5	4	4	5	32
40	4	4	4	4	4	4	4	28
41	4	4	3	4	3	3	4	25
42	4	3	4	3	4	4	4	26
43	5	3	4	3	4	4	5	28
44	4	4	4	4	4	4	4	28
45	3	4	4	4	4	4	3	26
46	4	3	3	3	3	3	4	23
47	4	3	3	3	3	3	4	23
48	4	4	4	4	4	4	4	28
49	4	4	4	4	4	4	4	28
50	3	4	3	4	3	3	3	23



51	5	4	4	4	4	4	5	30
52	4	4	5	4	5	5	4	31
53	3	3	3	3	3	3	3	21
54	4	4	4	4	4	4	4	28
55	4	3	5	3	5	3	4	27
56	4	5	3	3	3	4	3	25
57	5	5	3	3	4	4	3	27
58	4	4	4	4	4	4	3	27
59	3	3	4	4	4	4	3	25
60	4	3	3	3	4	3	3	23
61	4	3	3	3	3	3	4	23
62	4	4	4	4	4	4	5	29
63	4	4	4	4	4	4	4	28
64	3	4	4	4	4	3	3	25
65	4	3	3	3	3	3	4	23
66	3	4	4	5	3	3	4	26
67	4	4	4	4	4	3	4	27
68	3	3	4	4	4	4	4	26
69	4	4	4	4	4	3	2	25
70	3	3	4	4	4	4	4	26
71	4	5	3	3	3	3	3	24
72	5	3	4	4	4	5	4	29
73	4	4	4	4	4	3	3	26
74	4	3	5	4	3	3	4	26
75	5	4	4	4	3	5	3	28
76	4	4	4	4	4	4	4	28
77	3	3	4	4	4	3	5	26
78	4	4	4	4	4	4	4	28
79	5	4	4	4	4	4	4	29
80	5	5	5	5	5	3	5	33
81	4	3	5	5	5	5	4	31
82	5	5	5	5	4	5	3	32
83	4	4	4	4	4	5	4	29
84	5	5	4	4	4	5	5	32
85	4	5	5	5	5	5	5	34

86	4	4	5	5	4	4	4	30
87	5	5	4	4	4	5	5	32
88	5	5	5	5	5	4	4	33
89	4	4	4	4	4	3	5	28
90	4	4	4	4	3	4	4	27
91	5	5	4	4	4	4	4	30
92	4	5	5	5	4	5	5	33
93	4	5	5	5	5	5	5	34
94	5	5	5	5	5	4	4	33
95	4	4	4	4	4	4	4	28
96	3	3	4	5	4	4	3	26
97	4	3	3	4	4	3	5	26
98	3	5	4	3	3	4	4	26
99	4	4	5	3	3	4	5	28
100	4	4	3	4	5	3	3	26

R	Kepercayaan (X2)							Total
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	
1	3	4	4	3	4	3	3	24
2	4	5	4	4	5	4	4	30
3	4	4	4	4	4	4	4	28
4	3	3	3	3	3	4	3	22
5	3	4	3	3	3	4	3	23
6	4	4	4	4	3	3	4	26
7	4	4	4	4	4	4	4	28
8	4	4	3	3	4	4	4	26
9	3	3	3	3	4	4	3	23
10	4	4	3	3	3	3	4	24
11	4	3	3	3	4	3	4	24
12	4	4	4	4	4	4	4	28
13	4	3	3	3	3	4	4	24
14	4	4	4	4	4	4	4	28
15	3	3	3	3	3	4	3	22

16	4	4	5	3	4	3	4	27
17	4	5	3	3	3	4	3	25
18	5	4	3	5	4	4	4	29
19	4	4	5	5	3	3	4	28
20	4	5	4	4	4	3	5	29
21	4	4	3	3	4	4	4	26
22	4	3	4	4	3	4	4	26
23	4	4	4	4	4	4	4	28
24	5	5	3	5	4	4	5	31
25	5	5	5	5	5	5	5	35
26	5	4	5	3	4	5	5	31
27	4	5	5	5	5	4	4	32
28	4	4	5	5	4	4	4	30
29	5	5	5	5	5	4	5	34
30	5	4	4	4	5	5	5	32
31	4	4	5	5	4	4	4	30
32	5	5	4	3	5	4	5	31
33	4	5	3	4	5	5	4	30
34	4	4	4	4	4	4	4	28
35	4	4	4	4	4	5	5	30
36	5	5	5	5	5	4	5	34
37	5	4	5	3	5	4	5	31
38	5	4	4	4	5	5	5	32
39	4	5	4	4	5	5	4	31
40	4	4	3	3	4	4	4	26
41	3	4	4	4	3	4	3	25
42	3	4	4	4	4	3	3	25
43	4	5	4	4	5	4	4	30
44	4	4	4	4	4	4	4	28
45	3	3	3	3	3	4	3	22
46	3	4	3	3	3	4	3	23
47	4	4	4	4	3	3	4	26
48	4	4	4	4	4	4	4	28
49	4	4	3	3	4	4	4	26
50	4	3	4	4	4	4	4	27

51	4	5	5	5	3	3	4	29
52	3	4	3	3	4	5	3	25
53	4	3	4	4	3	4	4	26
54	3	4	5	3	3	4	3	25
55	4	5	3	4	3	4	5	28
56	5	4	4	4	4	4	5	30
57	3	3	4	4	4	4	4	26
58	4	4	4	4	3	3	3	25
59	4	4	4	3	3	3	3	24
60	2	4	3	3	4	4	3	23
61	4	4	4	4	4	4	4	28
62	3	3	4	4	4	3	4	25
63	4	4	4	3	3	3	4	25
64	3	3	3	3	4	3	3	22
65	2	4	3	3	4	3	4	23
66	3	3	4	3	4	4	4	25
67	4	4	4	4	4	3	3	26
68	3	3	4	3	4	4	4	25
69	4	4	4	4	3	3	3	25
70	4	5	3	3	4	5	5	29
71	3	4	4	5	3	3	3	25
72	4	4	4	3	4	3	4	26
73	4	5	3	3	4	5	3	27
74	5	4	3	5	5	4	4	30
75	2	3	4	4	4	3	4	24
76	5	4	4	3	4	4	3	27
77	4	5	4	4	4	4	4	29
78	5	5	4	4	5	3	4	30
79	5	4	5	3	5	5	5	32
80	4	5	5	5	5	5	3	32
81	5	4	4	5	4	5	5	32
82	5	5	4	5	4	5	4	32
83	4	4	4	5	5	5	5	32
84	4	4	5	5	5	4	5	32
85	5	5	4	4	4	5	4	31

86	5	5	4	5	5	4	5	33
87	5	4	5	4	4	3	5	30
88	5	4	4	3	4	4	4	28
89	4	5	3	4	5	4	4	29
90	3	4	4	4	5	5	5	30
91	2	4	4	5	5	5	5	30
92	5	5	5	5	5	4	5	34
93	4	4	5	4	4	4	5	30
94	3	4	4	4	4	3	4	26
95	3	4	4	4	3	4	3	25
96	4	3	4	3	3	3	3	23
97	3	4	3	4	3	4	5	26
98	4	4	3	4	4	4	4	27
99	3	3	5	3	3	3	4	24
100	3	5	4	4	4	5	3	28

R	Penanganan Keluhan (X3)										
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	Total
1	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	35
2	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	37
3	4	4	5	4	5	4	4	4	4	3	41
4	5	4	3	5	3	4	5	3	4	3	39
5	3	3	3	4	5	4	3	3	3	4	35
6	4	3	5	4	5	3	4	4	4	4	40
7	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	38
8	5	4	4	4	4	4	5	4	4	3	41
9	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	38
10	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	33
11	3	4	5	3	5	3	3	4	4	4	38

12	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	45
13	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	38
14	3	4	5	4	5	4	3	4	4	3	39
15	3	4	3	5	3	4	3	3	3	4	35
16	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	37
17	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
18	4	4	5	4	5	4	4	4	3	4	41
19	4	5	4	3	4	3	4	4	3	5	39
20	4	4	4	3	4	3	4	5	4	4	39
21	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	38
22	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	40
23	3	4	4	4	4	4	3	4	4	5	39
24	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	45
25	3	5	4	3	4	5	3	5	5	5	42
26	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	43
27	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
28	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	43
29	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	46
30	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	43
31	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	44
32	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	44
33	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	43
34	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
35	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	42
36	3	4	4	4	4	4	3	5	4	5	40
37	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	44
38	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	46
39	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	45
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
41	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	32
42	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	33
43	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	37
44	4	4	5	4	5	4	4	4	4	3	41
45	5	4	3	5	3	4	5	3	4	3	39
46	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	33

47	4	3	5	4	5	3	4	4	4	4	40
48	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	38
49	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	42
50	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
51	4	4	3	3	3	3	4	4	5	3	36
52	3	4	4	3	3	5	3	3	4	4	36
53	4	3	4	5	4	4	4	4	4	3	39
54	3	4	5	5	5	3	3	3	4	3	38
55	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	33
56	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	36
57	4	5	4	5	4	5	4	4	3	4	42
58	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	35
59	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	35
60	4	4	5	4	5	3	4	3	4	4	40
61	3	2	4	5	3	3	3	4	3	4	34
62	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	38
63	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	36
64	4	4	4	4	4	4	3	3	3	5	38
65	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4	39
66	4	2	3	3	3	4	3	4	3	4	33
67	5	3	4	4	4	4	3	4	4	4	39
68	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	38
69	4	3	5	4	3	3	3	4	5	3	37
70	5	4	4	4	3	3	5	3	3	4	38
71	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
72	3	3	4	4	4	4	3	4	5	4	38
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
74	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	40
75	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	47
76	4	2	5	5	5	4	5	4	4	4	42
77	5	5	5	5	4	3	3	4	3	4	41
78	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	43
79	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	47
80	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	48
81	4	4	5	5	4	3	4	5	5	4	43

82	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	44
83	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	47
84	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	43
85	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	40
86	5	5	4	4	4	4	4	4	3	5	42
87	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	45
88	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	45
89	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	47
90	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
91	4	3	4	4	4	3	3	5	4	5	39
92	4	2	3	3	3	4	4	5	4	5	37
93	5	5	3	3	4	3	4	5	3	4	39
94	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
95	3	3	4	4	4	4	4	5	3	4	38
96	4	3	4	3	3	3	5	4	4	3	36
97	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	36
98	3	3	5	4	4	3	3	3	3	4	35
99	5	4	4	5	4	3	4	4	5	3	41
100	5	3	3	3	5	4	4	3	3	5	38

R	Loyalitas Nasabah (Y)						Total
	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	
1	4	4	3	3	3	3	20
2	5	5	3	3	4	3	23
3	4	4	4	4	4	4	24
4	3	3	4	4	4	4	22
5	4	3	3	3	4	3	20
6	4	3	3	3	3	3	19
7	4	4	4	4	4	4	24



8	4	4	4	4	4	4	24
9	3	4	4	4	4	4	23
10	4	3	3	3	3	3	19
11	3	4	4	5	3	3	22
12	4	4	4	4	4	4	24
13	3	3	5	4	4	4	23
14	4	4	4	3	4	4	23
15	3	3	4	4	4	4	22
16	4	4	3	3	3	3	20
17	5	3	4	4	4	4	24
18	4	4	3	4	4	4	23
19	4	3	4	3	3	5	22
20	5	4	4	4	3	4	24
21	4	4	5	4	4	3	24
22	3	3	4	3	4	4	21
23	4	4	4	4	4	4	24
24	5	4	4	4	4	4	25
25	5	5	5	5	5	5	30
26	4	4	5	5	5	5	28
27	5	5	5	5	4	5	29
28	4	4	4	4	4	4	24
29	5	5	4	4	4	4	26
30	4	5	5	5	5	5	29
31	4	4	5	5	4	5	27
32	5	5	4	4	4	4	26
33	5	5	5	5	5	5	30
34	4	4	4	4	4	4	24
35	4	4	4	4	5	4	25
36	5	5	5	4	4	4	27
37	4	5	5	5	4	5	28
38	4	5	5	5	5	5	29
39	5	5	5	5	5	5	30
40	4	4	4	4	4	4	24
41	4	3	4	4	4	4	23
42	4	4	3	3	3	3	20

43	5	5	3	3	4	3	23
44	4	4	4	4	4	4	24
45	3	3	4	4	4	4	22
46	4	3	3	3	4	3	20
47	4	3	3	3	3	3	19
48	4	4	4	4	4	4	24
49	4	4	4	4	4	4	24
50	3	4	4	4	4	4	23
51	5	3	4	4	3	4	23
52	4	4	4	4	5	4	25
53	3	3	3	3	4	3	19
54	4	3	4	3	4	4	22
55	5	3	4	3	4	3	22
56	4	4	4	4	4	4	24
57	3	4	4	4	4	4	23
58	4	3	3	3	3	3	19
59	4	3	3	3	3	3	19
60	4	4	4	4	4	4	24
61	4	4	4	4	4	4	24
62	3	4	3	4	3	3	20
63	4	3	3	3	3	3	19
64	3	4	3	4	3	3	20
65	4	4	3	4	3	3	21
66	3	4	4	4	4	4	23
67	4	4	3	4	3	3	21
68	3	4	4	4	4	4	23
69	4	3	3	3	3	3	19
70	5	4	5	4	5	3	26
71	4	3	3	3	3	3	19
72	4	4	3	4	3	5	23
73	5	4	5	4	5	5	28
74	4	5	4	5	4	4	26
75	3	4	3	4	3	3	20
76	4	4	4	4	4	4	24
77	5	4	4	4	4	4	25

78	5	5	3	5	3	5	26
79	4	5	5	5	5	5	29
80	5	5	5	5	5	3	28
81	4	4	5	4	5	5	27
82	5	4	5	4	5	5	28
83	4	5	5	5	5	5	29
84	4	5	4	5	4	4	26
85	5	4	5	4	5	5	28
86	5	5	4	5	4	3	26
87	4	4	3	4	3	4	22
88	4	4	4	4	4	4	24
89	5	5	4	5	4	4	27
90	4	5	5	5	5	5	29
91	4	5	5	5	5	3	27
92	5	5	4	5	4	4	27
93	4	4	4	4	4	4	24
94	4	4	3	4	3	3	21
95	4	3	4	3	4	4	22
96	3	3	4	4	4	4	22
97	4	3	3	5	3	3	21
98	4	4	3	3	4	4	22
99	3	3	5	4	3	3	21
100	5	4	4	5	4	3	25

## LAMPIRAN PENGOLAHAN DATA

### Uji Validitas dan Reliabilitas

#### Promosi (X1)

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.805	7

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Pesan yang ingin disampaikan Bank BRI Syariah KC Palembang dalam promosi memiliki tolak ukur yang baik	23.74	8.679	.449	.794
Promosi Bank BRI Syariah KC Palembang telah disampaikan kepada nasabah dan calon nasabah	23.81	8.236	.500	.786
Promosi Bank BRI Syariah KC Palembang disampaikan melalui media baik media massa, elektronik, banner dll	23.84	7.590	.696	.749
Media promosi yang digunakan Bank BRI Syariah KC Palembang dikenal oleh nasabah dan calon nasabah	23.80	8.162	.581	.772
Promosi yang dilakukan Bank BRI Syariah KC Palembang memiliki jangka waktu tertentu	23.90	7.869	.638	.761
Promosi dilakukan oleh Bank BRI Syariah KC Palembang mengikuti jadwal yang telah ditentukan	23.97	8.070	.520	.783

Promosi dilakukan oleh Bank BRI Syariah KC Palembang sebanyak frekuensi yang telah ditetapkan dalam suatu waktu	23.80	8.646	.397	.805
---	-------	-------	------	------

## Kepercayaan (X2)

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.767	7

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Bank BRI Syariah KC Palembang mengikuti prinsip-prinsip yang dapat diterima seperti menepati janji, berperilaku sesuai etika dan jujur	23.73	7.290	.535	.727
Bank BRI Syariah KC Palembang memiliki integritas yang selalu konsisten dengan kebijakan masa lalu	23.56	7.905	.503	.735
Bank BRI Syariah KC Palembang memiliki komunikasi yang kredibel	23.73	8.320	.346	.765
Bank BRI Syariah KC Palembang menjaga besarnya kepercayaan kemitraan dengan nasabah	23.80	7.596	.498	.735

Bank BRI Syariah KC Palembang selalu menjaga komitmen	23.67	7.355	.604	.713
Bank BRI Syariah KC Palembang memiliki kemampuan untuk memecahkan permasalahan yang dihadapi oleh nasabah	23.71	8.390	.338	.766
Bank BRI Syariah KC Palembang memenuhi segala keperluan nasabah sehubungan dengan produk tabungannya	23.64	7.384	.586	.716

### Penanganan Keluhan (X3)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.740	10

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Bank BRI Syariah KC Palembang memberikan waktu untuk mendengarkan keluhan nasabah	35.76	11.053	.403	.718
Bank BRI Syariah KC Palembang berusaha memahami situasi yang dirasakan oleh nasabah	35.82	10.189	.517	.699

Bank BRI Syariah KC Palembang memberikan pemecahan yang optimal yang diupayakan bersama nasabah	35.69	10.984	.441	.713
Keluhan pelanggan segera ditanggapi oleh Bank BRI Syariah KC Palembang	35.67	11.658	.330	.729
Bank BRI Syariah KC Palembang berkomitmen untuk menyelesaikan semua keluhan nasabah	35.72	11.012	.440	.713
Bank BRI Syariah KC Palembang memperhatikan aspek kewajaran dalam pemecahan masalah yang dihadapi oleh nasabah	35.84	11.671	.340	.727
Bank BRI Syariah KC Palembang mengharapkan situasi "win-win" (fair, realistis, dan proporsional), di mana nasabah dan Bank BRI Syariah Cabang Palembang sama-sama diuntungkan	35.85	10.715	.472	.707
Bank BRI Syariah KC Palembang menggunakan metode komunikasi dengan nasabah yang mudah dan relatif tidak mahal (tidak memberatkan nasabah)	35.72	11.153	.405	.718

Nasabah dapat menyampaikan keluhan-kesahnya kepada Bank BRI Syariah KC Palembang dengan mudah	35.80	11.253	.371	.723
Bank BRI Syariah KC Palembang menyediakan saluran telepon beba pulsa (hot line service) dan atau website untuk menampung keluhan nasabah	35.70	11.747	.264	.739

### Loyalitas Nasabah (Y)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.827	6

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Saya membeli kembali produk yang sama yang ditawarkan oleh Bank BRI Syariah KC Palembang	19.71	7.562	.314	.852
Saya membeli produk lain yang ditawarkan oleh Bank BRI Syariah KC Palembang	19.82	6.392	.622	.794



Saya melakukan komunikasi dari mulut ke mulut berkenaan dengan produk Bank BRI Syariah KC Palembang kepada orang lain.	19.84	6.055	.718	.773
Saya merekomendasikan produk Bank BRI Syariah KC Palembang kepada orang lain	19.79	6.390	.651	.788
Saya tidak tertarik terhadap produk sejenis dari bank lain	19.87	6.377	.683	.782
Saya hanya tertarik pada produk produk yang ada di Bank BRI Syariah KC Palembang	19.92	6.438	.603	.798

## Lampiran Regresi

### Loyalitas Nasabah \* Promosi

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Loyalitas Nasabah * Promosi	Between Groups	(Combined)	398.299	12	33.192	5.749	.000
		Linearity	355.510	1	355.510	61.577	.000
		Deviation from Linearity	42.788	11	3.890	.674	.760
	Within Groups	502.291	87	5.773			
Total			900.590	99			

### Loyalitas Nasabah \* Kepercayaan

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F
Loyalitas Nasabah * Kepercayaan	Between Groups	(Combined) Linearity	615.056	13	47.312	14.250
		Deviation from Linearity	539.624	1	539.624	162.529
			75.432	12	6.286	.893
	Within Groups		285.534	86	3.320	
Total			900.590	99		

### Loyalitas Nasabah \* Penanganan Keluhan

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F
Loyalitas Nasabah * Penanganan Keluhan	Between Groups	(Combined) Linearity	401.788	16	25.112	4.179
		Deviation from Linearity	313.635	1	313.635	52.188
			88.153	15	5.877	.978
	Within Groups		498.802	83	6.010	
Total			900.590	99		

## Regression

Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Penanganan Keluhan, Promosi, Kepercayaan <sup>b</sup>		Enter

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

b. All requested variables entered.

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate

1	.807 <sup>a</sup>	.650	.640	1.811
---	-------------------	------	------	-------

a. Predictors: (Constant), Penanganan Keluhan, Promosi, Kepercayaan

b. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

#### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	585.800	3	195.267	59.549	.000 <sup>b</sup>
	Residual	314.790	96	3.279		
	Total	900.590	99			

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

b. Predictors: (Constant), Penanganan Keluhan, Promosi, Kepercayaan

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1.408	2.103		-.670	.505		
	Promosi	.156	.075	.170	2.088	.039	.549	1.822
	Kepercayaan	.525	.081	.555	6.521	.000	.503	1.988
	Penanganan Keluhan	.159	.062	.193	2.589	.011	.653	1.532

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.78317155
Most Extreme Differences	Absolute	.054
	Positive	.044
	Negative	-.054
Test Statistic		.054
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

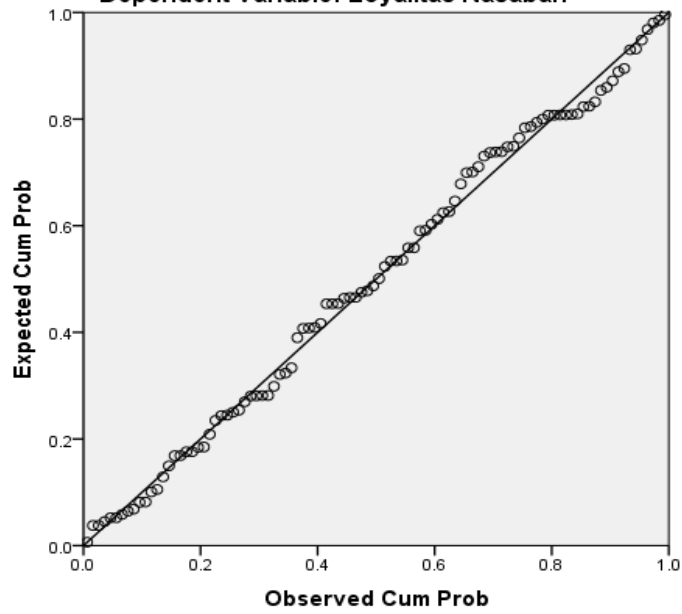
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Loyalitas Nasabah



Scatterplot

Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

