

## BAB IV

### ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

#### A. Karakteristik Responden

Analisa data bertujuan untuk menggambarkan hasil penelitian berdasarkan data dari 107 responden di BMT Trans Redjo Mulyo Dadi Desa Teang Rejo, menggunakan kuesioner yang di peroleh kondisi responden berdasarkan, jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendapatan/bulan. Dimana pengelompokan ini dilakukan pada responden dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara jelas karakteristik responden sebagai objek penelitian.

Adapun deskripsi data disajikan berdasarkan karakteristik sebagai berikut:

##### 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Deskripsi data responden berdasarkan jenis kelamin bertujuan untuk menguraikan identitas responden berdasarkan jenis kelamin responden yang disajikan sampel penelitian. yang di sajikan pada tabel 4.1 sebagai berikut:

**Tabel 4.1**

#### **Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

| <b>Jenis Kelamin</b> | <b>Jumlah Orang</b> | <b>Presentase %</b> |
|----------------------|---------------------|---------------------|
| Laki-Laki            | 13                  | 12,1 %              |
| Perempuan            | 94                  | 87,9 %              |
| <b>Total</b>         | <b>107</b>          | <b>100 %</b>        |

*Sumber: Hasil olah data, 2024*

Pada tabel 4.1 diketahui bahwa jumlah responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 13 orang dan responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 94 orang. Sehingga dapat disimpulkan bahwa nasabah BMT Trans Redjo Mulyo Dadi lebih banyak berjenis perempuan dibandingkan dengan jenis kelamin laki-laki.

## 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

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

**Tabel 4.2**

### **Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

| <b>Usia</b>   | <b>Jumlah orang</b> | <b>Presentase%</b> |
|---------------|---------------------|--------------------|
| 18-25 Tahun   | 12                  | 11,2%              |
| 26-30 Tahun   | 21                  | 19,6%              |
| 31-40 Tahun   | 30                  | 28%                |
| 41-50 Tahun   | 19                  | 17,8%              |
| >51 Tahun     | 25                  | 23,4%              |
| <b>Jumlah</b> | <b>107</b>          | <b>100%</b>        |

*Sumber: Hasil olah data, 2024*

Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan bahwa responden yang berusia 18-25 tahun sebanyak 12 responden, responden yang berusia 26-30 tahun

sebanyak 21 responden, responden yang berusia 31-40 tahun sebanyak 30 responden, responden yang berusia 41-50 tahun sebanyak 19 orang, dan responden yang berusia lebih dari 51 tahun sebanyak 25 responden, maka dapat disimpulkan bahwa nasabah BMT Trans Redjo Mulyo Dadi mayoritas berusia 31-40 tahun. Dapat dilihat sebagian besar nasabah berada diatas usia 31 tahun dimana pada usia ini merupakan usia produktif yang mempunyai kemampuan dalam melakukan pengambilan keputusan yang tepat sesuai dengan kebutuhan yang diinginkan.

### 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Deskripsi karakteristik responden berdasarkan pekerjaan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pekerjaan yang dimiliki oleh responden saat penelitian ini dilakukan. Penelitian ini mengategorikan jenis pekerjaan dalam enam kategori yaitu pelajar/mahasiswa, guru/PNS, ibu rumah tangga, petani/buruh, wirawasta, pedagang. Deskripsi karakteristik berdasarkan pekerjaan ini di sajikan dalam tabel berikut:

**Tabel 4.3**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

| <b>Pekerjaan</b>  | <b>Jumlah Orang</b> | <b>Presentase %</b> |
|-------------------|---------------------|---------------------|
| Pelajar/Mahasiswa | 10                  | 10,3%               |
| Guru/PNS          | 10                  | 9,3%                |
| Ibu Rumah Tangga  | 62                  | 56,1%               |

|               |            |             |
|---------------|------------|-------------|
| Petani/Buruh  | 9          | 9,3%        |
| Wirawasta     | 9          | 8,4%        |
| Pedagang      | 7          | 6,5%        |
| <b>Jumlah</b> | <b>107</b> | <b>100%</b> |

*Sumber: Hasil olah data, 2024*

Berdasarkan tabel 4.3 menunjukkan bahwa responden dengan pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa sebanyak 10 responden, responden yang bekerja sebagai guru/PNS sebanyak 10 responden, responden yang merupakan ibu rumah tangga sebanyak 62 responden, responden yang bekerja sebagai wirawasta sebanyak 9 responden, dan responden yang bekerja sebagai pedagang sebanyak 7 responden. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang merupakan ibu rumah tangga yang paling banyak.

#### **4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan/Bulan**

Pendapatan/bulan dalam penelitian ini merupakan pendapatan yang diperoleh oleh responden dalam satu bulan saat penelitian ini dilakukan. Deskripsi karakteristik responden berdasarkan pendapatan/bulan ini bertujuan untuk menunjukkan identitas 107 responden sebagai sampel penelitian. yang disajikan pada tabel 4.4 sebagai berikut:

**Tabel 4.4**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan/Bulan**

| <b>Pendapatan/Bulan</b>   | <b>Jumlah Orang</b> | <b>Presentase%</b> |
|---------------------------|---------------------|--------------------|
| <Rp.1.000.000             | 40                  | 35,5%              |
| Rp.1.000.000 – 3.000.000  | 47                  | 45,8%              |
| Rp. 3.000.000 – 5.000.000 | 13                  | 12,1%              |
| >Rp. 5.000.000            | 7                   | 6,5%               |
| <b>Jumlah</b>             | <b>107</b>          | <b>100%</b>        |

*Sumber:* Hasil olah data, 2024

Berdasarkan tabel 4.4 lama menjadi anggota (nasabah) menunjukkan bahwa responden dengan pendapatan/bulan Rp.1.000.000 sebanyak 40 responden, responden dengan pendapatan/bulan Rp.1.000.000 – 3.000.000 sebanyak 47 responden, responden dengan pendapatan/bulan Rp.3.000.000 – 5.000.000 sebanyak 13 responden, dan responden dengan pendapatan/bulan lebih dari Rp.5.000.000 sebanyak 7 responden. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah BMT Trans Redjo Mulyo Dadi mayoritas dengan pendapatan/bulan sebesar Rp.1.000.000 – 3.000.000.

#### **B. Analisis Deskriptif Variabel**

Analisis deskriptif variabel digunakan untuk menganalisis hasil jawaban dari responden secara deskriptif untuk mengetahui persepsi responden terhadap variabel-variabel yang diteliti yaitu kualitas pelayanan, kepercayaan, dan

loyalitas nasabah. Deskriptif tersebut diperoleh dari rata-rata nilai yang di isi oleh responden. Adapun kategori dari masing-masing interval adalah sebagai berikut:

|                                     |               |
|-------------------------------------|---------------|
| Sangat rendah / sangat tidak setuju | : 1,00 – 1,80 |
| Rendah / tidak setuju               | : 1,81 – 2,60 |
| Sedang / netral                     | : 2,61 – 3,40 |
| Tinggi / setuju                     | : 3,41 – 4,20 |
| Sangat tinggi / sangat setuju       | : 4,21 – 5,00 |

Interval dalam kategori diatas diperoleh dari perhitungan berikut :

$$\begin{aligned} \text{Interval} &= \frac{\text{nilai maksimal} - \text{nilai minimal}}{\text{jumlah kategori}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0,8 \end{aligned}$$

Nilai maksimal dan minimal dalam perhitungan interval di atas diperoleh dari nilai skor skala likert, dimana diketahui skor skor maksimal dalam skala likert adalah 5 dan skor minimalnya yakni 1.

### **1. Analisis Deskriptif Kualitas Pelayanan**

Dari 107 responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini di peroleh jawaban mengenai kualitas pelayanan:

**Tabel 4.5**  
**Hasil Analisis Deskriptif Kualitas Pelayanan**

| <b>Kode</b> | <b>Pernyataan</b>   | <b>Mean</b> | <b>Kategori</b> |
|-------------|---|-------------|-----------------|
| X1.1        | BMT Trans Redjo Mulyo Dadi memiliki fasilitas yang menarik, nyaman, dan bersih, serta aman untuk digunakan (misalnya: ruang tunggu, tempat parkir, kursi dll) | 4.00        | Tinggi          |
| X1.2        | Penampilan karyawan BMT Trans Redjo Mulyo Dadi selalu rapi  | 3.92        | Tinggi          |
| X1.3        | Karyawan BMT Trans Redjo Mulyo Dadi melayani semua nasabah dengan cermat  | 4.03        | Tinggi          |
| X1.4        | Karyawan BMT Trans Redjo Mulyo Dadi Desa Telang Rejo memberikan informasi pelayanan dengan jelas kepada nasabahnya  | 2.97        | Cukup           |
| X1.5        | Karyawan BMT Trans Redjo Mulyo Dadi merespon permintaan transaksi dan memberikan informasi dengan baik dan cepat  | 3.97        | Tinggi          |
| X1.6        | Karyawan BMT Trans Redjo Mulyo Dadi melayani anggotanya dengan cepat dan tanggap  | 3.03        | Cukup           |
| X1.7        | Karyawan BMT Trans Redjo Mulyo Dadi dapat dipercaya oleh nasabah karena memiliki wawasan dan pengetahuan mengenai BMT   | 3.96        | Tinggi          |
| X1.8        | Nasabah merasakan aman dan nyaman dalam menggunakan jasa di BMT Trans Redjo Mulyo Dadi  | 3.98        | Tinggi          |
| X1.9        | Karyawan BMT Trans Redjo Mulyo Dadi selalu memberikan salam ketika melayani transaksi nasabah   | 3.99        | Tinggi          |
| X1.10       | Karyawan BMT Trans Redjo Mulyo Dadi dapat memahami setiap kebutuhan nasabah   | 4.00        | Tinggi          |
|             | <b>Rata-rata kualitas pelayanan</b>   | <b>3.78</b> | <b>Tinggi</b>   |

*Sumber : Data diolah,2024*

Berdasarkan tabel 4.5 diatas dari 107 responden yang diambil sebagai sampel, diketahui rata-rata responden menilai kualitas layanan tinggi (*Mean* 3.78). Hal ini dapat disimpulkan bahwa responden merasa kualitas layanan yang diberikan oleh BMT Trans Redjo Mulyo Dadi Desa Telang Rejo sudah baik.

## 2. Analisis deskriptif kepercayaan

Dari 107 responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini diperoleh jawaban mengenai sistem teknologi sebagai berikut:

**Tabel 4.6**  
**Hasil Analisis Deskriptif Kepercayaan**

| <b>Kode</b> | <b>Pernyataan</b>   | <b>Mean</b> | <b>Kategori</b> |
|-------------|---|-------------|-----------------|
| X2.1        | Saya percaya BMT Trans Redjo Mulyo Dadi Desa Telang Rejo memberikan informasi yang jujur dan terbuka                    | 4.05        | Tinggi          |
| X2.2        | BMT Trans Redjo Mulyo Dadi Desa Telang Rejo memiliki integritas yang dapat diandalkan                                   | 4.09        | Tinggi          |
| X2.3        | BMT Trans Redjo Mulyo Dadi Desa Telang Rejo selalu mengutamakan kepentingan nasabahnya                                  | 4.15        | Tinggi          |
| X2.4        | Saya yakin BMT Trans Redjo Mulyo Dadi Desa Telang Rejo memberikan pelayanan semaksimal mungkin demi kepuasan nasabahnya | 4.01        | Tinggi          |
| X2.5        | Saya yakin BMT Trans Redjo Mulyo Dadi Desa Telang Rejo merupakan perusahaan yang kompeten                               | 3.12        | Cukup           |
| X2.6        | Saya merasa BMT Trans Redjo Mulyo Dadi Desa Telang Rejo memiliki  | 4.10        | Tinggi          |



|  |   |             |               |
|--|---|-------------|---------------|
|  | pengaruh yang besar dalam memenuhi kebutuhan saya dengan solusi yang inovatif |             |               |
|  | <b>Rata-rata kepercayaan</b>  | <b>3.92</b> | <b>Tinggi</b> |

*Sumber: Data diolah, 2024*

Berdasarkan tabel 4.6 di atas dari 107 responden yang di ambil sebagai sampel, diketahui rata-rata responden menilai kepercayaan tinggi (*Mean* 3.92). Dapat disimpulkan bahwa responden telah memiliki kepercayaan yang tinggi kepada BMT Trans Redjo Mulyo Dadi Desa Telang Rejo.

### 3. Analisis Deskriptif Loyalitas Nasabah

Dari 107 responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini diperoleh jawaban mengenai loyalitas nasabah sebagai berikut:

**Tabel 4.7**  
**Hasil Analisis Deskriptif Loyalitas Nasabah**

| <b>Kode</b> | <b>Pernyataan</b>   | <b>Mean</b> | <b>Kategori</b> |
|-------------|---|-------------|-----------------|
| Y.1         | Saya akan kembali melakukan transaksi layanan di BMT Trans Redjo Mulyo Dadi Desa Telang Rejo                  | 3.97        | Tinggi          |
| Y.2         | BMT Trans Redjo Mulyo Dadi Desa Telang Rejo adalah pilihan pertama saya untuk menabung                        | 3.86        | Tinggi          |
| Y.3         | Saya secara teratur membeli produk atau jasa yang ditawarkan oleh BMT Trans Redjo Mulyo Dadi Desa Telang Rejo | 3.94        | Tinggi          |
| Y.4         | Saya akan tetap menggunakan produk atau jasa di BMT Trans Redjo Mulyo Dadi Desa Telang Rejo dimasa mendatang  | 3.81        | Tinggi          |
| Y.5         | Saya akan mempromosikan produk atau jasa di BMT Trans Redjo Mulyo Dadi  | 3.76        | Tinggi          |

|     |  |             |               |
|-----|--|-------------|---------------|
|     | Desa Telang Rejo pada orang lain   |             |               |
| Y.6 | Saya merekomendasikan kepada teman, kerabat, maupun saudara untuk menjadi nasabah BMT Trans Redjo Mulyo Dadi Desa Telang Rejo  | 3.89        | Tinggi        |
| Y.7 | saya merasa nyaman atas pelayanan BMT Trans Redjo Mulyo Dadi Desa Telang Rejo sehingga tidak akan terpengaruh dengan tawaran produk atau jasa sejenis dari perusahaan lain | 3.86        | Tinggi        |
| Y.8 | saya enggan menggunakan produk atau jasa dari perusahaan lain  | 3.13        | Cukup         |
|     | <b>Rata-rata loyalitas</b>   | <b>3.77</b> | <b>Tinggi</b> |

Sumber : Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4.7 di atas dari 107 responden yang di ambil sebagai sampel, diketahui rata-rata responden menilai loyalitas nasabah tinggi (*Mean* 3.77). Maka dapat di tarik kesimpulan bahwa responden memiliki loyalitas yang tinggi terhadap BMT Trans Redjo Mulyo Dadi.

### C. Hasil Analisis Data

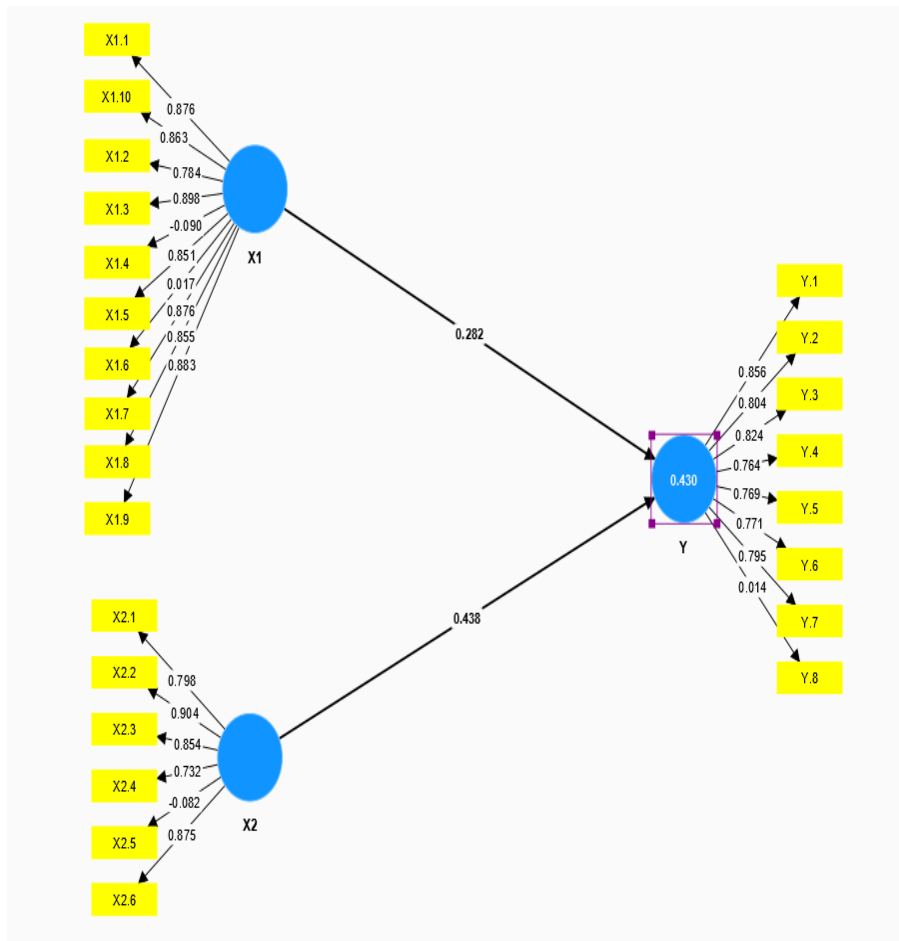
#### 1. Model Pengukuran (*Outer Model*)

Pengujian *outer model* (model pengukuran) akan dilakukan untuk menunjukkan hasil uji validitas dan reliabilitas. Analisa outer model menggunakan *convergent validity*, *discriminant validity*, *Average Variance Extracted (AVE)*, *composite reliability*, *cronbach's alpha* sebagaimana yang dijelaskan sebagai berikut:

**a. Convergent Validity**

Nilai efektivitas kovergensi (*Convergent validity*) adalah nilai *outer loading* variabel laten dengan indikator-indikatornya. nilai yang diharapkan  $> 0,7$ . Dalam penelitian ini, batas faktor beban 0,7 akan digunakan. Hasil *loading factor* dari masing-masing indikator dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut :

**Gambar 4.1**  
**Outer Loading**



Sumber: Hasil olah data Smart-PLS 4.0, 2024

Berdasarkan gambar 4.1 diatas tampak bahwa terdapat beberapa loading factor yang memiliki nilai dibawah 0,7 yang berarti bahwa indikator-indikator tersebut tidak valid, sehingga dengan demikian perlu dilakukan reduksi data agar mendapatkan indikator-indikator yang valid.

Hasil pengujian pada gambar 4.1 direkapitulasi dan dijelaskan sebagai berikut :

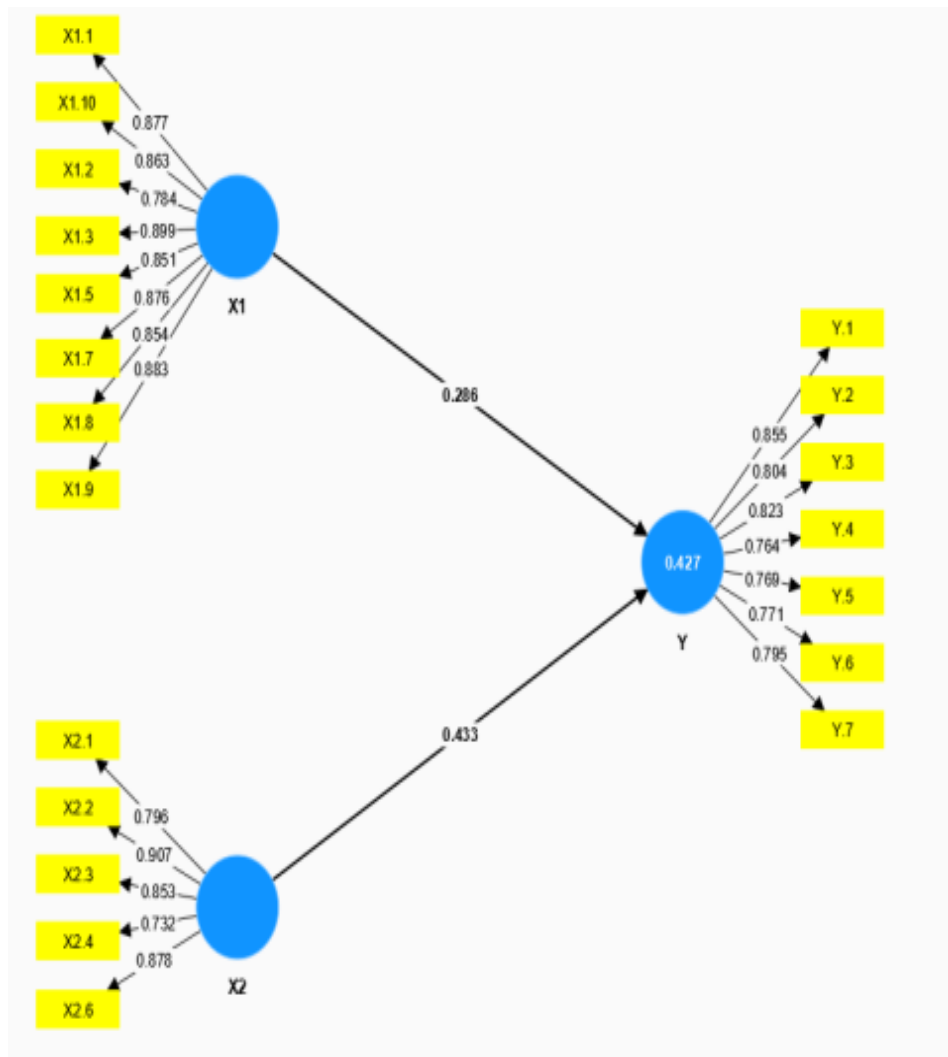
**Tabel 4.8**  
**Outer Loading**

| <b>Variabel</b>    | <b>Indikator</b> | <b>Outer Loading</b> | <b>Keterangan</b> |
|--------------------|------------------|----------------------|-------------------|
| Kualitas Pelayanan | X1.1             | 0.876                | Valid             |
|                    | X1.2             | 0.784                | Valid             |
|                    | X1.3             | 0.898                | Valid             |
|                    | X1.4             | -0.090               | Tidak Valid       |
|                    | X1.5             | 0.851                | Valid             |
|                    | X1.6             | -0.017               | Tidak Valid       |
|                    | X1.7             | 0.876                | Valid             |
|                    | X1.8             | 0.855                | Valid             |
|                    | X1.9             | 0.883                | Valid             |
|                    | X1.10            | 0.863                | Valid             |
| Kepercayaan        | X2.1             | 0.798                | Valid             |
|                    | X2.2             | 0.904                | Valid             |
|                    | X2.3             | 0.854                | Valid             |
|                    | X2.4             | 0.732                | Valid             |
|                    | X2.5             | -0.082               | Tidak Valid       |
|                    | X2.6             | 0.875                | Valid             |
| Loyalitas Nasabah  | Y.1              | 0.856                | Valid             |
|                    | Y.2              | 0.804                | Valid             |
|                    | Y.3              | 0.824                | Valid             |
|                    | Y.4              | 0.764                | Valid             |
|                    | Y.5              | 0.769                | Valid             |
|                    | Y.6              | 0.771                | Valid             |
|                    | Y.7              | 0.795                | Valid             |
|                    | Y.8              | -0.014               | Tidak Valid       |

Sumber : Hasil olah data Smart-PLS 4.0, 2024

Setelah dilakukan reduksi data pada model penelitian, maka didapatkan model yang telah memenuhi kriteria valid (loading factor > 0,7). Berikut disajikan hasil model ulang reduksi data :

**Gambar 4.2**  
**Diagram Outer Loading Setelah Reduksi**



Sumber : Hasil olah data Smart-PLS 4.0, 2024

**Tabel 4.9**  
**Outer Loading Setelah Reduksi**

| Variabel           | Indikator | Outer Loading | Keterangan |
|--------------------|-----------|---------------|------------|
| Kualitas Pelayanan | X1.1      | 0.877         | Valid      |
|                    | X1.2      | 0.784         | Valid      |
|                    | X1.3      | 0.899         | Valid      |
|                    | X1.5      | 0.851         | Valid      |
|                    | X1.7      | 0.876         | Valid      |
|                    | X1.8      | 0.854         | Valid      |
|                    | X1.9      | 0.883         | Valid      |
|                    | X1.10     | 0.863         | Valid      |
| Kepercayaan        | X2.1      | 0.796         | Valid      |
|                    | X2.2      | 0.907         | Valid      |
|                    | X2.3      | 0.853         | Valid      |
|                    | X2.4      | 0.732         | Valid      |
|                    | X2.6      | 0.878         | Valid      |
| Loyalitas Nasabah  | Y.1       | 0.855         | Valid      |
|                    | Y.2       | 0.804         | Valid      |
|                    | Y.3       | 0.823         | Valid      |
|                    | Y.4       | 0.764         | Valid      |
|                    | Y.5       | 0.769         | Valid      |
|                    | Y.6       | 0.771         | Valid      |
|                    | Y.7       | 0.795         | Valid      |

Sumber : Hasil olah data Smart-PLS 4.0, 2024

Berdasarkan tabel 4.9 diketahui bahwa masing-masing indikator variabel penelitian memiliki nilai *outer loading* lebih dari 0,7. Hal ini berarti seluruh indikator pada tabel 4.10 dinyatakan valid dan memenuhi syarat *convergent validity*.

**b. Discriminant Validity**

Nilai *discriminant validity* merupakan nilai *cross loading factor* yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel mempunyai diskriminan yang memadai yang dapat diketahui dengan

mempbandingkan nilai *cross loading* pada variabel yang dituju harus lebih besar dibandingkan dengan nilai *loading* variabel lainnya.

**Tabel 4.10**  
**Cross loading**

| <b>Indikator</b> | <b>Kualitas pelayanan(X1)</b> | <b>Kepercayaan (X2)</b> | <b>Loyalitas Nasabah (Y)</b> |
|------------------|-------------------------------|-------------------------|------------------------------|
| X1.1             | <b>0.877</b>                  | 0.570                   | 0.487                        |
| X1.2             | <b>0.784</b>                  | 0.461                   | 0.565                        |
| X1.3             | <b>0.899</b>                  | 0.572                   | 0.578                        |
| X1.5             | <b>0.851</b>                  | 0.567                   | 0.401                        |
| X1.7             | <b>0.876</b>                  | 0.573                   | 0.467                        |
| X1.8             | <b>0.854</b>                  | 0.536                   | 0.428                        |
| X1.9             | <b>0.883</b>                  | 0.584                   | 0.459                        |
| X1.10            | <b>0.863</b>                  | 0.545                   | 0.423                        |
| X2.1             | 0.525                         | <b>0.796</b>            | 0.526                        |
| X2.2             | 0.551                         | <b>0.907</b>            | 0.539                        |
| X2.3             | 0.520                         | <b>0.853</b>            | 0.433                        |
| X2.4             | 0.588                         | <b>0.732</b>            | 0.514                        |
| X2.6             | 0.478                         | <b>0.878</b>            | 0.538                        |
| Y.1              | 0.518                         | 0.627                   | <b>0.855</b>                 |
| Y.2              | 0.471                         | 0.543                   | <b>0.804</b>                 |
| Y.3              | 0.526                         | 0.558                   | <b>0.823</b>                 |
| Y.4              | 0.399                         | 0.395                   | <b>0.764</b>                 |
| Y.5              | 0.409                         | 0.418                   | <b>0.769</b>                 |
| Y.6              | 0.368                         | 0.402                   | <b>0.771</b>                 |
| Y.7              | 0.404                         | 0.415                   | <b>0.795</b>                 |

Sumber : Hasil olah data Smart-PLS 4.0, 2024

Tabel 4.10 adalah nilai masing-masing indikator variabelnya, hasil analisis dari cross loading adalah sebagai berikut:

1. Analisis *discriminant validity* variabel kualitas pelayanan (X1)

Pada tabel 4.11 menunjukkan bahwa nilai loading yang di blok menunjukkan nilai terbesar dari masing-masing indikator yang nilainya lebih besar dari nilai cross loading lainnya. Oleh karena itu dapat di simpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) sudah memiliki *discriminant validity* yang baik. Dapat di katakana bahwa indikator pada kolom tersebut atau indikator yang di blok lebih baik dari pada indikator lainnya.

2. Analisis *discriminant validity* variabel kepercayaan (X2)

Pada tabel 4.11 menunjukkan bahwa nilai loading yang di blok mempunyai nilai terbesar dari indikator yang nilainya lebih besar dari nilai cross loading lainnya. Dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan (X2) sudah memiliki *discriminant validity* yang baik. Dapat dikatakan bahwa indikator pada kolom tersebut atau indikator yang di blok lebih baik dari pada indikator pada kolom lainnya.

3. Analisis *discriminant validity* variabel loyalitas nasabah (Y)

Pada tabel 4.11 menunjukkan bahwa nilai loading yang di blok menunjukkan nilai terbesar dari masing-masing indikator yang nilainya lebih besar dari nilai cross loading lainnya. Oleh karena itu dapat



disimpulkan bahwa variabel loyalitas nasabah (Y) sudah memiliki *discriminant validity* yang baik. Dapat dikatakan bahwa indikator pada kolom tersebut atau indikator yang di blok lebih baik dari pada indikator pada kolom yang lainnya.

**c. Average Variance Extracted (AVE)**

Untuk mengetahui validitas, dapat pula melakukan uji dengan metode lain, yaitu dengan metode lain, yaitu dengan melihat nilai *average variant extracted (AVE)*. nilai *AVE* yang diharapkan adalah > 0.5.

**Tabel 4.11**  
*Average Variance Extracted (AVE)*

| Variabel           | <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> | Kriteria | Keterangan |
|--------------------|---|----------|------------|
| Kualitas pelayanan | 0,742                                   | > 0.5    | Valid      |
| Kepercayaan        | 0,698                                   | > 0.5    | Valid      |
| Loyalitas nasabah  | 0,637                                   | > 0.5    | Valid      |

*Sumber : Hasil olah data Smart-PLS 4.0, 2024*

Berdasarkan tabel 4.11 semua variabel mempunyai nilai  $AVE \geq 0,5$ . Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa setiap variabel telah memiliki validitas yang baik.

**d. Composite Reliability**

Variabel dikatakan memenuhi syarat *composite reliability* ketika memiliki nilai *composite reliability* > 0.7.

**Tabel 4.12**  
***Composite reliability***

| Variabel           | <i>Composite Reliability</i> | Kriteria | Keterangan |
|--------------------|------------------------------|----------|------------|
| Kualitas pelayanan | 0,956                        | > 0.7    | Reliabel   |
| Kepercayaan        | 0,893                        | > 0.7    | Reliabel   |
| Loyalitas nasabah  | 0,917                        | > 0.7    | Reliabel   |

*Sumber : Hasil olah data Smart-PLS 4.0, 2024*

Berdasarkan tabel 4.12 hasil pengujian menunjukkan nilai *composite reliability* dari variabel kualitas pelayanan (X1), kepercayaan (X2) dan loyalitas nasabah (Y) memiliki nilai di atas 0,7 yang menunjukkan bahwa semua konstruk tersebut telah reliabel.

**e. *Cronbach's Alpha***

Suatu variabel dikatakan *reliable* apabila memberikan nilai alpha > 0.7

**Tabel 4.13**  
***Cronbach's alpha***

| Variabel           | Cronbach's alpha | Kriteria | Keterangan |
|--------------------|------------------|----------|------------|
| Kualitas pelayanan | 0,951            | > 0.7    | Reliabel   |
| Kepercayaan        | 0,890            | > 0.7    | Reliabel   |
| Loyalitas nasabah  | 0,906            | > 0.7    | Reliabel   |

*Sumber : Hasil olah data Smart-PLS 4.0, 2024*

Berdasarkan tabel 4.13 hasil pengujian menunjukkan nilai *cronbach's alpha* dari variabel kualitas pelayanan (X1), kepercayaan

(X2) dan loyalitas nasabah (Y) memiliki nilai *cronbach's alpha* diatas 0,7 yang menunjukkan bahwa semua konstruk tersebut telah reliabel.

## 2. Model Struktural (*Inner Model*)

Evaluasi model struktural bertujuan untuk memprediksi hubungan antar variabel laten berdasarkan pada teori substantive model struktural di evaluasi dengan menggunakan R Square untuk konstruk dependen.

### a. R Square

Nilai  $R^2$  digunakan untuk mengukur tingkat variasi perubahan variabel independen terhadap variabel dependen. Kriteria  $R^2$  terdiri dari tiga klasifikasi, yaitu  $R^2$  0.67 (kuat), 0.33 (sedang), dan 0.19 (lemah). Hasil pengujian  $R^2$  dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.14**

### **R Square**

| Variabel          | R-Square | R-Square Adjusted |
|-------------------|----------|-------------------|
| Loyalitas nasabah | 0.427    | 0.416             |

*Sumber : Hasil olah data Smart-PLS 4.0, 2024*

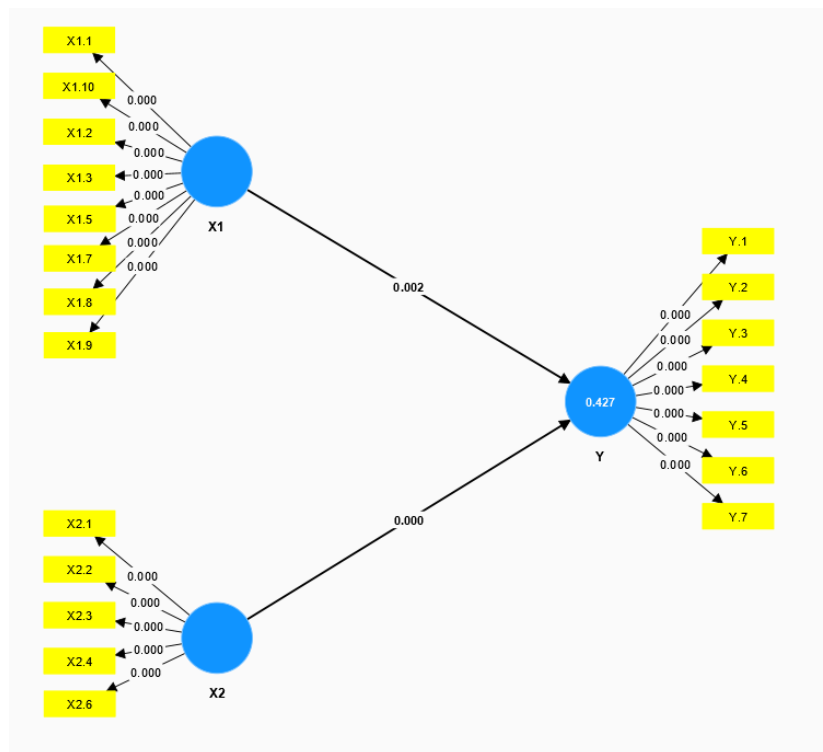
Berdasarkan tabel 4.14 hasil uji yang disajikan menunjukkan bahwa nilai R Square untuk variabel kualitas pelayanan (X1) dan kepercayaan (X2) terhadap loyalitas nasabah (Y) yaitu sebesar 42,7%. Hal ini menunjukkan bahwa sebaran variabel loyalitas nasabah (Y) dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan (X1) dan

kepercayaan (X2) sebesar 42,7%. Sedangkan sisanya 52,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### 3. Pengujian Hipotesis

Analisa pengujian hipotesis dilakukan untuk membuktikan apakah hipotesis diterima atau ditolak. Pada penelitian ini jika nilai p-value dibawah 0,05 maka Ha diterima. Sebaliknya, jika nilai p-value diatas 0,05 maka Ha ditolak. Jika kedua tersebut terpenuhi maka hipotesis diterima.

**Gambar 4.3**  
**Hasil *Bootstrapping***



*Sumber: Hasil olah data Smart-PLS 4.0, 2024*

**Tabel 4.15**  
**Uji hipotesis**

|  | <b>Original sample (O)</b> | <b>Sample mean (M)</b> | <b>Standard deviation (STDEV)</b> | <b>T statistics ( O/STDEV )</b> | <b>P values</b> |
|--|----------------------------|------------------------|-----------------------------------|---------------------------------|-----------------|
| Kualitas pelayanan (X1) -> loyalitas nasabah (Y) | 0.286                      | 0.292                  | 0.091                             | 3.125                           | 0.002           |
| Kepercayaan (X2) -> loyalitas nasabah (Y)        | 0.433                      | 0.438                  | 0.098                             | 4.439                           | 0.000           |

*Sumber: Hasil olah data Smart-PLS 4.0, 2024*

- a) Kualitas pelayanan (X1) secara parsial berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah (Y)

Dari tabel 4.15 dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan (X1) pengaruh positif terhadap loyalitas nasabah (Y) sebesar 0,286 (positif) yang menunjukkan arah hubungan kualitas pelayanan (X1) terhadap loyalitas nasabah (Y) adalah positif dengan t-statistik sebesar 3,125 (diatas 1,96) dan *p-value* sebesar 0,002 (dibawah 0,05). Hal ini berarti H1 diterima, sehingga dapat dijelaskan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

- b) Kepercayaan (X2) secara parsial berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah (Y)

Dari tabel 4.15 dapat diketahui bahwa kepercayaan (X2) pengaruh positif terhadap loyalitas nasabah (Y) sebesar 0,433 (positif) yang menunjukkan arah hubungan kepercayaan (X2) terhadap loyalitas nasabah (Y) adalah positif dengan t-statistik sebesar 4,439 (diatas 1,96) dan *p-value* sebesar 0,000 (dibawah 0,05). Hal ini berarti H2 diterima, sehingga dapat dijelaskan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

#### **D. Pembahasan Hasil Penelitian**

##### **1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah**

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah di peroleh nilai t-statistik 3,125 >1,96 dengan nilai p-value sebesar 0,002 < tingkat signifikansi 0,05. Artinya pengujian hipotesis yang pertama diterima, menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Berdasarkan pada teori *Social Exchange Theory* (SET) yang dikemukakan oleh Blau pada tahun 1964, teori ini menyatakan bahwa seseorang akan membalas perlakuan orang lain sesuai dengan bagaimana ia diperlakukan.<sup>1</sup> Mengacu pada teori pertukaran sosial ini, pelanggan atau nasabah akan menunjukkan kepuasan dan loyalitas terhadap perusahaan atau lembaga keuangan apabila hubungan yang diberikan oleh perusahaan

---

<sup>1</sup> Richard and turner lynn h.

berjalan dengan baik. Teori ini juga menjelaskan bahwa seseorang akan bertindak rasional dengan mencari keuntungan dan menghindari ketidakpuasan. Artinya, ketika pelanggan atau nasabah merasa tidak puas dengan kualitas pelayanan atau faktor-faktor lain yang memengaruhi kepuasan mereka, nasabah tersebut akan mempertimbangkan untuk meninggalkan produk atau jasa dari perusahaan tersebut.<sup>2</sup>

Hasil penelitian menunjukkan variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, artinya jika kualitas pelayanan ditingkatkan maka loyalitas nasabah akan meningkat. Kualitas pelayanan merupakan prioritas utama atau sebuah keharusan untuk mempertahankan perusahaan dalam bidang jasa dimana kualitas yang baik akan menjadi cerminan sebuah perusahaan sebagai kekuatan dalam mendapatkan kepercayaan nasabah. Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan kesan di benak nasabah dan meningkatkan loyalitas nasabah. BMT menyadari bahwa salah satu kunci untuk berhasil dalam persaingan adalah menciptakan loyalitas pada nasabah yang semakin kritis dan sadar akan hak mereka. Loyalitas disini merujuk pada sikap seseorang mempertahankan kesetiannya pada lembaga atau perusahaan dengan terus menggunakan produk atau jasa secara konsisten dan teratur.

---

<sup>2</sup> Hasan Mustafa, 'Perilaku Manusia Dalam Perspektif Psikologi Sosial', *Gynakologisch-Geburtshilfliche Rundschau*, 44.1 (2011), 25–30 <<https://doi.org/10.1159/000074314>>.

Hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian Dui April Yani Simangungsong, Annio Indah Lestari Nasution Dan M. Lathief Ilhamy Nasution<sup>3</sup> yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

## **2. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah**

Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah diperoleh nilai t-statistik  $4,439 > 1,96$  dengan nilai p-value sebesar  $0,000 < \text{tingkat signifikansi } 0,05$ . Artinya pengujian hipotesis kedua diterima, menyatakan kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Teori pertukaran sosial (*Social Exchange Theory*) yang berprinsipkan ekonomi berpendapat bahwa dalam suatu hubungan, individu akan menilai pengorbanan atau kerugian yang mereka alami dan membandingkannya dengan penghargaan atau keuntungan yang mereka peroleh dari melanjutkan hubungan tersebut. Berdasarkan teori ini, nasabah akan menunjukkan kepuasan dan loyalitas terhadap BMT jika hubungan yang diberikan BMT memuaskan. Teori ini juga menjelaskan bahwa seseorang cenderung bertindak rasional dengan mencari keuntungan dan menghindari ketidakpuasan. Artinya, jika nasabah BMT merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan dan mengidentifikasi masalah yang muncul, yal

---

<sup>3</sup> Dui April and others, 'Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Bank Sumut Syariah KCP Lubuk Pakam)', *Journal of Islamic Economics and Finance*, 1.4 (2023), 153–73 <<https://doi.org/10.59841/jureksi.v1i4.435>>.



ini akan mempengaruhi kepercayaan mereka, sehingga nasabah tersebut mungkin akan mempertimbangkan untuk meninggalkan produk atau jasa dari BMT tersebut dan mencari alternatif lain. Tingkat kepuasan yang tinggi pada nasabah dapat meningkatkan kredibilitas dan reputasi perusahaan.<sup>4</sup> Oleh karena itu, kepercayaan menjadi faktor kunci yang menentukan loyalitas nasabah.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap tingkat loyalitas. Kepercayaan dalam konteks ini mengacu pada sejauh mana nasabah bersedia bergantung pada suatu produk atau jasa tertentu. Faktor yang berpengaruh terhadap loyalitas nasabah adalah kepercayaan nasabah. Ketika sebuah perusahaan dapat mengelola komitmen atau kepercayaan pelanggan dengan baik, pelanggan akan merasa semakin royal dan cenderung tidak tergoda oleh tawaran dari perusahaan lain. Kepercayaan nasabah umumnya dipandang sebagai seluruh elemen penting dalam pengembangan keinginan bertahan seorang nasabah sampai mempertahankan hubungan jangka panjang antar nasabah dengan perusahaan.

---

<sup>4</sup> Chang Hyun Jin and Hyun Chul Yeo, 'Satisfaction, Corporate Credibility, CEO Reputation and Leadership Effects on Public Relationships', *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*, 19.2 (2011), 127–40 <<https://doi.org/10.1057/jt.2011.10>>.

Hal tersebut sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Marsellina Fitri, Aan Shar dan Selamat Fuadi<sup>5</sup> yang menyatakan kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

---

<sup>5</sup> Marsellina Fitri, Aan Shar, and Selamat Fuadi, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Kota Bengkulu Pasca Insiden Gangguan Layanan', *FIDUSIA: Jurnal Ilmiah Keuangan Dan Perbankan*, 6.2 (2023), 144–52.