

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Responden

Berdasarkan data dari 100 responden nasabah pada Bank Sumsel Babel Syariah KCP UIN Raden Fatah Palembang melalui daftar pertanyaan (kuisisioner) didapat kondisi responden berdasarkan jenis kelamin, usia, dan pekerjaan responden. Dimana penggolongan ini dilakukan terhadap responden dalam penelitian ini 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 :

a. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Deskripsi data responden berdasarkan jenis kelamin bertujuan untuk menguraikan data responden berdasarkan jenis kelamin responden yang dijadikan sample penelitian. Deskripsi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin diuraikan dalam tabel 4.1 berikut:

TABEL 4.1
Deskripsi Data Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid laki-laki	39	39.0	39.0	39.0
Perempuan	61	61.0	61.0	100.0

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

Sumber data : Data Olahan SPSS 2020

Tabel 4.1 diatas menjelaskan bahwa jenis kelamin nasabah yang diambil sebagai responden wanita. Jenis kelamin pria yang menjadi responden dalam penelitian ini berjumlah 39 orang atau 39%, sedangkan sisanya 61 orang atau 61% adalah responden wanita. Hal ini menunjukkan bahwa responden nasabah lebih banyak wanita dibandingkan dengan nasabah berjenis kelamin pria.

b. 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
Data Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

		Umur			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-20 tahun	31	31.0	31.0	31.0
	21-30 tahun	61	61.0	61.0	92.0
	31-40 tahun	4	4.0	4.0	96.0
	>40 tahun	4	4.0	4.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Sumber Data : Data Olahan SPSS 2020

Tabel 4.2 di atas menunjukkan bahwa responden menurut usia menunjukkan bahwa responden yang berusia 17-20 tahun berjumlah 31 orang atau 31%, responden yang berusia 21-30 tahun berjumlah 61 orang atau 61%, responden yang berusia 31-40 tahun berjumlah 4 orang atau 4% dan responden yang berusia >40 tahun berjumlah

4 orang atau 4%. Dengan demikian responden didominasi berusia 21-30 tahun yang berjumlah 61 orang atau 61% dari jumlah keseluruhan responden.

c. Data Responden Berdasarkan Pendidikan

Deskripsi data responden berdasarkan pendidikan bertujuan untuk menguraikan identitas responden berdasarkan pendidikan yang dijadikan responden. Deskripsi karakteristik responden berdasarkan tingkat semester mahasiswa disajikan pada tabel 4.3 berikut ini:

TABEL 4.3
Data Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

		Pendidikan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA/Sederajat	38	38.0	38.0	38.0
	DI/II/III	16	16.0	16.0	54.0
	S1	43	43.0	43.0	97.0
	S2	2	2.0	2.0	99.0
	S3	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber Data : Data Olahan SPSS 2020

Tabel 4.3 di atas menunjukkan bahwa responden menurut tingkat pendidikan menunjukkan bahwa responden SMA/Sederajat berjumlah 38 orang atau 38%, responden DI/II/III berjumlah 16 atau 16%, responden S1 berjumlah 43 orang atau 43%, responden S2 berjumlah 2 atau 2% sedangkan responden S3 hanya 1 orang atau 1%. Dengan demikian tingkat pendidikan didominasi oleh responden berpendidikan S1 yang berjumlah 43 orang atau 43%.

d. Data karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Deskripsi data responden berdasarkan pekerjaan bertujuan untuk menguraikan identitas responden berdasarkan pekerjaan yang di jadikan responden. Deskripsi karakteristik responden berdasarkan pekerjaan disajikan pada tabel 4.4 berikut ini :

TABEL 4.4
Data Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

		Pekerjaan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mahasiswa/Pelajar	53	53.0	53.0	53.0
	Pegawai Negeri	14	14.0	14.0	67.0
	Pegawai Swasta	16	16.0	16.0	83.0
	Lainnya	17	17.0	17.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber Data : Data Olahan SPSS 2020

Tabel 4.4 di atas menunjukkan bahwa responden menurut pekerjaan sebagai Mahasiswa/Pelajar menjadi dominasi yang berjumlah 53 orang atau 53%, responden sebagai Pegawai Negeri berjumlah 14 orang atau 14%, responden dengan pekerjaan sebagai Pegawai Swasta berjumlah 16 orang atau 16% sedangkan responden dengan pekerjaan lainnya berjumlah 17 orang atau 17%.

B. Analisis Statistik Deskriptif

Variabel yang dianalisis dalam penelitian ini adalah Produk, Lokasi, Promosi dan Loyalitas Nasabah yang diperoleh dari akumulasi pernyataan kuisioner nasabah. Sebelum diolah terlebih dahulu data diubah melalui *software MS Excel* kemudian data tersebut di aplikasikan pada program *SPSS Versi 22* dengan menggunakan uji analisis deskriptif.

TABEL 4.5

Statistik Deskriptif Variabel Produk, Lokasi, Promosi, dan Loyalitas Nasabah

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	100	48.00	80.00	64.8800	7.24921
X2	100	14.00	30.00	23.8400	3.30203
X3	100	20.00	40.00	32.3600	4.30766
Y1	100	17.00	40.00	31.7000	5.24645
Valid N (listwise)	100				

Sumber Data : Data Olahan SPSS 2020

Pada tabel 4.5 tersebut menunjukkan bahwa banyaknya data yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 sampel, dari tabel tersebut diketahui :

- a. Variable Produk (X1) memiliki nilai terendah sebesar 48, nilai tertinggi sebesar 80, dengan nilai rata-rata sebesar 62,88, dan nilai standar deviasinya sebesar 7,2492.
- b. Variable Lokasi (X2) mempunyai nilai terendah sebesar 14, nilai tertinggi sebesar 30, dengan nilai rata-rata 23,84, dan nilai standar deviasinya sebesar 3,3020
- c. Variable Promosi (X3) mempunyai nilai terendah sebesar 20, nilai tertinggi 40, dengan nilai rata-rata 32,36, dan nilai standar deviasinya sebesar 4,3076
- d. Variable Loyalitas Nasabah (Y1) mempunyai nilai terendah sebesar 17, nilai tertinggi sebesar 40, dengan nilai rata-rata 31,70, dan nilai standar deviasinya sebesar 5,2464

C. Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuesioner atau skala yang ingin di ukur. Penentuan valid atau tidaknya item yang digunakan maka kegiatan yang dilakukan adalah membandingkan r hitung dengan r tabel, dimana taraf signifikansi yang digunakan adalah 0,05 (5%) dengan N=100. Sehingga r_{tabel} dalam penelitian ini adalah $r(0,05, 100-2 = 98) = 0,196$. Untuk mengetahui tingkat validitas tersebut maka akan digunakan terlebih dahulu perhitungan statistik dengan menggunakan *SPSS 22 for windows*. Adapun hasil output perhitungan uji validitas dapat dilihat dalam tabel :

Tabel 4.6

Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r_{Hitung}	r_{Tabel}	Kesimpulan
Produk	X1.1	0,557	0,196	Valid
	X1.2	0,608	0,196	Valid
	X1.3	0,660	0,196	Valid
	X1.4	0,585	0,196	Valid
	X1.5	0,584	0,196	Valid
	X1.6	0,594	0,196	Valid
	X1.7	0,713	0,196	Valid
	X1.8	0,780	0,196	Valid
	X1.9	0,630	0,196	Valid
	X1.10	0,618	0,196	Valid
	X1.11	0,761	0,196	Valid
	X1.12	0,638	0,196	Valid
	X1.13	0,738	0,196	Valid

	X1.14	0,631	0,196	Valid
	X1.15	0,731	0,196	Valid
	X1.16	0,338	0,196	Valid
Lokasi	X2.1	0,735	0,196	Valid
	X2.2	0,769	0,196	Valid
	X2.3	0,737	0,196	Valid
	X2.4	0,816	0,196	Valid
	X2.5	0,703	0,196	Valid
	X2.6	0,714	0,196	Valid
Promosi	X3.1	0,606	0,196	Valid
	X3.2	0,746	0,196	Valid
	X3.3	0,787	0,196	Valid
	X3.4	0,709	0,196	Valid
	X3.5	0,693	0,196	Valid
	X3.6	0,735	0,196	Valid
	X3.7	0,822	0,196	Valid
	X3.8	0,715	0,196	Valid
Loyalitas Nasa bah	Y.1	0,815	0,196	Valid
	Y.2	0,814	0,196	Valid
	Y.3	0,784	0,196	Valid
	Y.4	0,803	0,196	Valid
	Y.5	0,824	0,196	Valid
	Y.6	0,824	0,196	Valid
	Y.7	0,804	0,196	Valid
	Y.8	0,807	0,196	Valid

Sumber Data : Data Olahan SPSS 2020

Berdasarkan tabel diatas, secara keseluruhan item pertanyaan pada Nasabah Bank Sumsel Babel Syariah KCP UIN Raden Fatah Palembang setiap indikator dinyatakan Valid, karena seluruh item pertanyaan memiliki r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} ($r_{hitung} > r_{tabel}$) yaitu sebesar 0,196. Maka kuesioner dapat dilanjutkan hingga semua sampel yang sudah ditentukan.

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat ukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukurannya di ulang. Dalam melakukan penelitian, uji reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha* untuk mengukur reliabel atau tidak. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memiliki *Cronbach's Alpha* lebih dari 60%.

Tabel 4.7

Hasil Uji Reliabilitas

Indikator	Reliability Coefficients	Cronbach's Alpha	Kesimpulan
Produk	16 Item	0,897	Reliabel
Lokasi	6 Item	0,840	Reliabel
Promosi	8 Item	0,873	Reliabel
Loyalitas Nasabah	8 Item	0,893	Reliabel

Sumber Data : Data Olahan SPSS 2020

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,6 (60%) sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indikator dinyatakan reliabel.

D. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Pengambilan keputusan untuk menentukan apakah data yang diuji terdistribusi secara normal atau tidak adalah dengan menentukan nilai signifikansinya. Jika nilai signifikansinya $>0,05$ maka nilai residual terdistribusi secara normal. Dan sebaliknya, jika nilai signifikansinya $<0,05$ maka nilai residual tidak terdistribusi secara normal.

Uji normalitas data dengan menggunakan *One Sample Kolmogorov-Smirnov*.

Adapun hasil output perhitungan uji normalitas Loyalitas Nasabah Bank Sumsel Babel KCP UIN Raden Fatah Palembang dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.8
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.52492937
Most Extreme Differences	Absolute	.110
	Positive	.110
	Negative	-.044
Kolmogorov-Smirnov Z		1.098
Asymp. Sig. (2-tailed)		.179

Sumber Data : Data Olahan SPSS 2020

Berdasarkan hasil uji normalitas diatas, diketahui nilai signifikansi pada *Asymp. Sig (2-tailed)* diperoleh sebesar 0,179. Artinya nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual pada Loyalitas Nasabah Bank Sumsel Babel KCP UIN Raden Fatah Palembang berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk melihat ada tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam satu model regresi linier berganda. Alat statistik yang sering digunakan untuk menguji gangguan multikolinieritas adalah *Variance Inflation Faktor* (VIF) dan nilai *Tolerance* diatas 0,1 dan nilai VIF tidak lebih dari 10 maka tidak terjadi multikolinieritas.

Adapun hasil output perhitungan uji multikolinieritas Loyalitas Nasabah Bank Sumsel Babel KCP UIN Raden Fatah Palembang dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.9
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1	(Constant)	-.350	2.668					
	Produk	.138	.060	.218	2.293	.024	.436	2.294
	Lokasi	.329	.125	.237	2.629	.010	.485	2.061
	Promosi	.448	.111	.421	4.042	.000	.364	2.746

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber Data : Data Olahan SPSS 2020

Berdasarkan hasil data uji multikolinearitas yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa semua variabel mempunyai nilai *tolerance* di atas 0,1 dan nilai VIF di bawah 10 sehingga tidak terjadi multikolinearitas atau tidak ada korelasi antara variabel Produk, Lokasi, dan Promosi

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dengan Uji Glejser bertujuan untuk menguji apakah ada model regresi terjadi ketidaksamaan variansi dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Adapun hasil output perhitungan uji heteroskedastisitas Loyalitas Nasabah Bank Sumsel Babel KCP UIN Raden Fatah Palembang dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.10
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.580	1.723		3.238	.002
	Produk	-.006	.039	-.025	-.166	.868
	Lokasi	-.123	.081	-.217	-1.527	.130
	Promosi	-.004	.072	-.009	-.052	.959

a. Dependent Variable: RES2

Sumber Data : Data Olahan SPSS 2020

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas diatas, dapat disimpulkan bahwa model regresi masing-masing variabel tidak terjadi masalah heteroskedastisitas yang

diperoleh nilai untuk X1 0,868, X2 0,130, dan X3 0,959. Semua variabel lebih besar dari 0,05.

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 4.11
Uji Linearitas
Durbin-Watson

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.788 ^a	.621	.609	2.866	1.544

a. Predictors: (Constant), Promosi, Lokasi, Produk

b. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber Data : Data Olahan SPSS 2020

Berdasarkan output pada Tabel 4.9, uji linearitas dengan metode *Durbin Watson* diatas, dapat kita lihat bahwa nilai Durbin Watson senilai 1,544 berada diantara -2 sampai dengan 2, maka dapat dinyatakan bahwa pada model regresi pada penelitian ini dinyatakan “ linear “.

E. Hasil Pengujian Hipotesis

Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat, sekaligus untuk melihat hasil uji hipotesis

yang diajukan. Analisis regresi berganda dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh antara variabel Produk, Lokasi dan Promosi Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Sumsel Babel Syari'ah KCP UIN Raden Fatah Palembang. Data hasil analisis regresi berganda dapat dilihat pada uraian di bawah.

1. Uji t (Uji Secara Individu)

Uji t digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara individu atau sendiri-sendiri. Tingkat signifikansi antar variabel Produk, Lokasi, dan Promosi Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Sumsel Babel Syari'ah KCP UIN Raden Fatah Palembang. Dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.12

Hasil Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.350	2.668		-.131	.896
	Produk	.138	.060	.218	2.293	.024
	Lokasi	.329	.125	.237	2.629	.010
	Promosi	.448	.111	.421	4.042	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber Data : Data Olahan SPSS 2020

Berdasarkan hasil pengujian dari data yang didapatkan dari jawaban responden atas kuesioner penelitian yang di olah dengan menggunakan *SPSS 22 For Windows* diperoleh melalui analisis secara kuantitatif sebagai berikut:

- a. Nilai signifikansi variabel Produk (X1) adalah sebesar 0,024 lebih kecil dari 0,05 artinya variabel produk (X1) berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah (Y). Selain menggunakan nilai probabilitas atau nilai Sig, metode yang dapat digunakan adalah dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} . Kriteria dengan menggunakan metode ini adalah jika t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka hipotesis diterima, dan sebaliknya. Dalam kasus diatas t_{hitung} memiliki nilai sebesar 2,293 sedangkan t_{tabel} memiliki nilai 1,988 ini berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga variabel produk berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, dan hipotesis diterima.
- b. Nilai signifikansi variabel lokasi (X2) adalah sebesar 0,010 lebih kecil dari 0,05 artinya variabel lokasi (X2) berpengaruh terhadap loyalitas nasabah (Y). Selain menggunakan nilai probabilitas atau nilai Sig, metode yang dapat digunakan adalah dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} . Kriteria dengan menggunakan metode ini adalah jika t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka hipotesis diterima, dan sebaliknya. Dalam kasus diatas t_{hitung} memiliki nilai sebesar 2,269 sedangkan t_{tabel} memiliki nilai 1,988 ini berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga variabel lokasi berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, dan hipotesis diterima
- c. Nilai signifikansi variabel promosi (X3) adalah sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 artinya variabel promosi (X3) berpengaruh terhadap loyalitas nasabah (Y). Selain menggunakan nilai probabilitas atau nilai Sig, metode yang dapat digunakan adalah dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} . Kriteria dengan menggunakan metode ini adalah jika t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka hipotesis diterima, dan sebaliknya. Dalam kasus diatas t_{hitung} memiliki nilai sebesar 4,042 sedangkan t_{tabel} memiliki nilai 1,988 ini berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga variabel promosi berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, dan hipotesis diterima

Berdasarkan tabel 4.12 dapat ditarik persamaan garis regresinya sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

$$Y = -0,350 + 0,138 X_1 + 0,329X_2 + 0,448 X_3$$

Untuk menguji koefisien garis regresi diatas dapat dilakukan sebagai berikut :

- a. Nilai konstanta sebesar -0,350 artinya apabila variabel produk, lokasi, dan promosi menurun satu maka loyalitas nasabah akan mengalami penurunan sebesar -0,350
- b. Koefisien b_1 sebesar 0,138 dengan nilai t_{hitung} untuk variabel produk sebesar 2,293 dengan t_{tabel} sebesar 1,984. Maka $t_{hitung} 2,293 > t_{tabel} 1,984$ dan nilai signifikansi $0,024 < 0,05$ artinya variabel produk berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dan hipotesis diterima.
- c. Koefisien b_2 sebesar 0,329 dengan nilai t_{hitung} untuk variabel lokasi adalah sebesar 2,629 dengan t_{tabel} yaitu 1,984. Maka $t_{hitung} 0,329 < t_{tabel} 1,984$ dan nilai signifikansi $0,010 < 0,05$ artinya variabel lokasi (X_2) berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dan hipotesis diterima
- d. Koefisien b_3 sebesar 0,448 dengan nilai t_{hitung} untuk variabel promosi adalah sebesar 4,042 dengan t_{tabel} yaitu 1,984. Maka $t_{hitung} 4,042 > t_{tabel} 1,984$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ artinya variabel promosi (X_3) berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dan hipotesis diterima.

2. Uji F (Uji Secara Serentak)

Uji F dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa jauh variabel independen atau bebas secara bersama-sama dapat mempengaruhi variabel dependen atau terikat. Hasil uji F dapat dilihat pada tabel di bawah :

Tabel 4.13

Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1290.268	3	430.089	52.365	.000 ^b
	Residual	788.482	96	8.213		
	Total	2078.750	99			

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

b. Predictors: (Constant), Promosi, Lokasi, Produk

Sumber Data : Data Olahan SPSS 2020

Pengujian kontribusi tersebut ditemukan nilai F pada tabel diatas sebesar 52,365 dengan signifikansi 0,000. Nilai signifikansi yang dihasilkan kurang dari 0,05 dan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$. Untuk drajat kebebasan (df: *degree of freedom*) $k = 4$ dan $n-k-1$, $100-3-1 = 96$ yang mendapatkan nilai pada F_{tabel} sebesar 2,70, maka dapat dikatakan bahwa secara simultan produk, lokasi, dan promosi memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah. Maka dengan demikian dapat diartikan pula bahwa produk, lokasi, dan promosi memiliki pengaru positif secara simultan terhadap loyalitas nasabah, sehingga ke-4 hipotesis dapat diterima.

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) menunjukkan sejauh mana tingkat hubungan antar variabel dependen dengan variabel independen., atau sejauhmana kontribusi variabel independen mempengaruhi variabel dependen.

Tabel 4.14

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.788 ^a	.621	.609	2.866

a. Predictors: (Constant), Promosi, Lokasi, Produk

Sumber Data : Data Olahan SPSS 2020

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda diatas menunjukkan bahwa angka Koefisien Determinasi Adj R adalah 0,609, yang artinya hal ini mengindikasikan bahwa kontribusi variabel bebas (*independent*) yaitu variabel Produk, Lokasi, dan Promosi terhadap variabel terikat (*dependent*) yaitu Loyalitas Nasabah sebesar 60,9%, sedangkan sisanya 39,1% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang belum diteliti atau tidak termasuk dalam regresi pada penelitian ini.

F. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menguji variabel Produk, Lokasi, dan Promosi terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Sumsel Babel Syari'ah KCP UIN Raden Fatah Palembang. Variabel yang diuji adalah produk, lokasi, dan promosi. Berdasarkan hasil analisis, pembahasan hasil penelitian adalah sebagai berikut :

1. Pengaruh variabel produk (X1) terhadap loyalitas nasabah (Y)

Hasil uji linier berganda menunjukkan nilai signifikansi variabel Produk (X1) adalah sebesar 0,024 lebih besar dari 0,05 dan hasil $t_{hitung} 2,293 < t_{tabel} 1.984$ artinya variabel produk (X1) berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah (Y) pada Bank Sumsel Babel Syari'ah KCP UIN Raden Fatah Palembang. Hal tersebut dikarenakan kualitas produk sesuai dengan keinginan nasabah. Seperti dalam pembukaan rekening baru, jumlah minimal setoran sesuai dengan kemampuan nasabah. Selain

itu terdapat juga keluhan yang cepat tanggap dalam memberikan solusi. Sehingga dengan demikian, nasabah puas dengan kualitas produk yang ada. Sehingga hipotesis pertama (H1) yang menyatakan produk berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Bank Sumsel Babel Syari'ah diterima.

Hal ini mendukung hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Nur Yeni (2016), dalam Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis yang berjudul "Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Loyalitas Pelanggan pada Butik Zoya Busana Muslim di Samarinda". Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Bauran Pemasaran yang terdiri dari (produk, harga, distribusi, dan promosi) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Butik Zoya Busana Muslim Samarinda. Hal ini berdasarkan Tabel ANOVA hasil $f_{hitung} = 0,000 < \text{Alpha } 0,05$. Secara parsial diketahui bahwa variable produk berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Butik Zoya Busana Muslim di Samarinda.

Kotler dan Keller (2008:4) menyatakan bahwa produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan. Produk-produk yang dipasarkan meliputi barang fisik, jasa, pengalaman, acara-acara, orang, tempat, properti, organisasi dan gagasan.

Dari penjabaran diatas, jika produk yang ditawarkan kepada nasabah telah memuaskan keinginan atau kemampuan nasabah, maka akan menambah nilai kepuasan yang berdampak pada loyalitas nasabah dalam menggunakan produk khususnya pada Bank Sumsel Babel Syari'ah KCP UIN Raden Fatah Palembang.

2. Pengaruh variabel lokasi (X2) terhadap loyalitas nasabah (Y)

Hasil uji linier berganda nilai signifikansi variabel lokasi (X2) adalah sebesar 0,010 lebih kecil dari 0,05 dan nilai $t_{hitung} 2,629 > t_{tabel} 1,984$ artinya variabel lokasi (X2) berpengaruh terhadap loyalitas nasabah (Y) pada Bank Sumsel Babel Syari'ah

KCP UIN Raden Fatah Palembang. Hal tersebut diperkuat dengan lokasi bank yang strategis berada di pusat keramaian yaitu di dalam Kampus UIN Raden Fatah Palembang. Akses menuju lokasi yang mudah dan terlihat dari kejauhan serta banyaknya angkutan umum atau ojek online yang mempermudah untuk mencapai lokasi. Sehingga hipotesis (H2) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh variabel lokasi terhadap loyalitas nasabah dapat di terima.

Hal ini mendukung hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Andriana (2014), yang berjudul “Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Loyalitas Nasabah BMT Beringharjo Yogyakarta” yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif variabel lokasi terhadap loyalitas nasabah.

Menurut Gunara dan Sudibyo *Place* (tempat) sebagai elemen *marketing mix* dapat diartikan sebagai distribusi dan tempat usaha yang menentukan keberhasilan strategi pemasaran secara efektif.

Dengan demikian, hasil penelitian dan berdasarkan teori yang ada lokasi yang strategis menentukan keberhasilan suatu usaha tersebut. Akses yang mudah, mudah di jangkau dan dekat dengan keramaian adalah lokasi yang tepat untuk melakukan kegiatan jasa khususnya Bank Sumsel Babel Syari'ah KCP UIN Raden Fatah Palembang.

3. Pengaruh variabel promosi (X3) pada loyalitas nasabah (Y)

Hasil uji linier berganda nilai signifikansi variabel promosi (X3) adalah sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan nilai $t_{hitung} 4,042 > t_{tabel} 1,984$ artinya variabel promosi (X3) berpengaruh terhadap loyalitas nasabah (Y) pada Bank Sumsel Babel Syari'ah KCP UIN Raden Fatah Palembang. Menciptakan promosi yang menarik dan mudah di ingat oleh nasabah adalah keberhasilan dalam melakukan promosi. Promosi yang dilakukan bukan hanya dalam bentuk media cetak atau media informasi lainnya,

tetapi juga dapat dilakukan dengan bekerjasama dengan perusahaan sejenis atau sering mengadakan event dan juga menjadi sponsorship dalam suatu event. Dengan hal demikian yang dilakukan oleh Bank Sumsel Babel Syari'ah KCP UIN Raden Fatah Palembang sangat efektif dalam kegiatan mempromosikan usahanya. Sehingga hipotesis (H3) yang menyatakan promosi berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dapat diterima.

Hal ini mendukung dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Fitriani Dayasari Hasan (2012) yang berjudul "Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. BRI (Persero) Tbk Cabang A. Yani Makassar" yang menyatakan bahwa promosi berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Kotler dan Keller (2008:204) menjelaskan komunikasi pemasaran (promosi) adalah sarana yang digunakan perusahaan dalam upaya untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen, baik langsung maupun tidak langsung tentang produk dan merek yang mereka jual.

Berdasarkan hasil penelitian dan teori yang ada, sarana dalam menginformasikan suatu usaha untuk memperkenalkan jenis usaha mereka dapat dilakukan dengan banyak cara dan harus dibuat dan dikemas semenarik mungkin supaya mudah diingat oleh nasabah khususnya pada Bank Sumsel Babel Syari'ah KCP UIN Raden Fatah Palembang.