

BAB V

KESIMPULAN, SARAN DAN KETERBATASAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan hasil analisis data yang telah diperoleh pada Pengaruh *Store Atmosphere*, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Palembang, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan antara *store atmosphere* terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Palembang hal ini ditunjukkan dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yang mana t_{hitung} sebesar 6.234 dan t_{tabel} 1.987 dan nilai Sig $0.000 < 0.005$

2. Tidak terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Palembang hal ini ditunjukkan dari nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ yang mana t_{hitung} -1.610 dan t_{tabel} 1.987 dan nilai Sig $0.111 > 0.005$. Penyebab hasil penelitian pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas nasabah tidak berpengaruh positif dan signifikan karena nasabah tidak bisa loyal kepada perusahaan, apabila pelanggan tersebut belum merasakan kepuasan terlebih dahulu. Persaingan memperebutkan nasabah pada perbankan syariah semakin ketat. Kualitas produk memang sangat penting untuk dunia bisnis untuk mempertahankan dan mendapatkan nasabah. Walaupun demikian kualitas produk yang baik tidak menjamin terciptanya loyalitas nasabah menurut Arzena. Loyalitas nasabah terhadap terhadap produk ternyata tidak selalu sejalan dengan kualitas produk bank tersebut. Masyarakat sebagai nasabah memiliki berbagai pertimbangan dalam memilih produk

perbankan yang akan digunakannya. Banyak faktor yang menyebabkan pengaruh yang lemah dari kualitas produk dapat dianalisis karena ada faktor lain diluar kualitas produk yang memberikan pengaruh yang lebih kuat dalam menciptakan loyalitas dibanding dengan faktor kualitas produk.

3. Terdapat pengaruh secara positif dan signifikan antara kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Palembang hal ini ditunjukkan dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yang mana t_{hitung} sebesar 1.990 dan t_{tabel} 1.987 dan nilai Sig 0.066 > 0.005

B. Saran

1. Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian, Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Palembang dapat mempertahankan *store atmospheranya*, perusahaan juga harus mempertahankan area parkir kendaraan untuk nasabah, karena area parkir yang tersedia sekarang luas. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Palembang dapat mempertahankan suasana bank yang nyaman, sejuk dan lokasi yang strategis. Bagian yang tetap dipertahankan pada penataan meja dan kursi, desain dan kebersihan ruangan.

Kualitas produk yang ada di Bank Mandiri Syariah disarankan untuk tetap dipertahankan dan ditingkatkan lagi karena hasil penelitian ini variabel kualitas produk tidak berpengaruh terhadap loyalitas. Kualitas layanan yang diberikan harus selalu dipertahankan apabila pelayanan yang diberikan lebih baik lagi maka nasabah akan memberikan loyalitasnya lebih lagi. Perusahaan juga dapat

mempertahankan senyum, sapa, dan salam, karena kesan awal nasabah yang datang lebih banyak menilai dari senyum, sapa dan salam para karyawan. Perusahaan harus memberikan arahan kepada karyawannya agar selalu menggunakan pakaian yang bersih, rapi dan sopan agar para nasabah saat melihat karyawan terkesan dengan penampilannya.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Para peneliti selanjutnya disarankan untuk meneliti variabel lain yang bisa mempengaruhi loyalitas nasabah pada Bank Syariah Mandiri, karena pada penelitian ini dengan variabel *store atmosphere*, kualitas produk, dan kualitas layanan hanya memiliki porsi sebesar 33.9% untuk menjelaskan loyalitas nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Palembang.

C. Keterbatasan

Dalam penelitian ini, keterbatasan peneliti dalam mengetahui kejujuran responden dalam mengisi jawaban kuisioner yang paling sesuai dengan apa yang dirasakan responden, sehingga bisa saja terjadi jawaban yang tidak sesuai dengan keadaan responden yang sesungguhnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada
- Heryati, Euis. 2015. "Kualitas Pelayanan, Store Atmosphere, Private Brand Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Hypemart Puri Jakarta". *Jurnal Komunikologi*. Universitas Esa Unggul Jakarta
<https://tafsirweb.com/4464-surat-an-nahl-ayat-116.html> (diakses pada 18 November 2019, pukul 21.23)
- <https://tafsirweb.com/37708-surat-ar-rum-ayat-41-42.html> (diakses pada 18 November 2019, pukul 20.42)
- <https://rumaysho.com/3566-hukum-membuat-patung.html> (diakses pada 18 November 2019, pukul 20.34)
- Husna, Nailal, Daniati Putri dan Rika Desiyanti. 2017. "Atmosphere dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pengunjung Café Koperasi Keluarga Besar (KKB) Universitas Bung Hatta". *Jurnal Apresiasi Ekonomi*. Universitas Bung Hatta
- Irena, Florencia dan Sugiono Sugiarto. 2015. "Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening di Liberia Eatery Surabaya". *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*. Universitas Kristen Petra
- Kasmir. 2012. *Manajemen Perbankan*. Edisi Revisi. Edisi Revisi. Jakarta: Penerbit PT. Raja Pers.
- Kristiana, Maria dan Muhammad Edwar. 2017. "Pengaruh Store Atmosphere Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Heerlijk Gelato Perpustakaan Bank Indonesia Surabaya". *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*. Universitas Negeri Surabaya

- Kusumasati, Ika, Andarwati dan Djumilah Hadiwidjojo, “Pengaruh Kualitas Produk dan Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Coffe Shop”. Jurnal Ekonomi Bisnis. Universitas Brawijaya Malang
- Lestari, Ani dan Edy Yulianto. 2018. “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi”. Jurnal Administrasi Bisnis. Universitas Brawijaya Malang
- Meldarianda, Resti dan Henky. 2010. “Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Resort Cafe Atmosphere Bandung”. Jurnal Bisnis dan Ekonomi. Universitas Kristen Marantha Bandung
- Nawawi ,Ismail. 2011. *Fikih Muamalah Klasik dan Kontemporer*. Bogor : Ghalia Indonesia
- Oktaviani, Rani Oktaviani. 2016.” *Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Merek, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Merek*”.Skripsi. FEB.Universitas Negeri Yogyakarta, Yogyakarta
- Prasetijo, Ristiyanti dan John Ihalauw. 2006. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : Andi
- Priansa, Donni Juni.2016. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung : Alfabeta
- Sanusi, Anwar .2012. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta : Salemba Empat
- Sigit, Charisma Nawang Sigit dan Euis Soliha. 2017. “Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah”. Jurnal Keuangan Dan Perbankan. Universitas Stikubank Semarang
- Sunardi dan Sri Handayani.2014. “Kualitas Pelayanan dalam Islam dan Kepercayaan terhadap Lembaga Amil Zakat Infaq Sedekah Rumah

Yatim Arrohman Indonesia”. Jurnal ekonomi dan perbankan syariah

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Manajemen*. Yogyakarta: Alfabeta

Sutomo, Rizkia Noviana Sutomo dan Fullchis Nurtjahjani. 2016. ”Pengaruh Store Atmosphere Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Toko Citra Textile Malang“. Jurnal Aplikasi Bisnis. Politeknik Negeri Malang

Tjiptono dan Fandy Chandra. 2016. *Service Quality Satisfaction*. Yogyakarta : Andi

www.syariahbanking.com, diakses 23 Oktober 2019, jam 12.56

www.infobank.com, diakses pada 23 Oktober 2019, Jam 11.00

www.mandirisyariah.co.id, diakses pada 23 Oktober 2019, Jam 13.23

Widyaningrum, Ayu Nilam. 2017. “Dampak Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Crispy Rice Crackers”. Jurnal Manajemen dan Start Up Bisnis. Universitas Ciputra Surabaya

Widyatma, Cindy Phasalita Widyatma dan Sri Puji Lestari. 2018. “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Rifa Kuliner Kendal)”. Jurnal Imiah. UNTAG Semarang

Wijaya, Tony. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta Barat: PT Indeks

Yamit, Zulian. 2015. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta: Ekonisia

LAMPIRAN

KUISIONER

Responden Yth,

Assalamualaikum wr.wb

Saya adalah mahasiswa dari Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang yang sedang mengadakan penelitian mengenai Pengaruh *Store Atmosphere*, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah. Demi tercapainya hasil yang diinginkan, saya sangat mengharapkan Saudara dapat mengisi daftar pertanyaan ini secara lengkap dan benar. Semua informasi yang diterima untuk kepentingan penelitian semata. Terimakasih atas partisipasi anda dalam penelitian ini.

Andesta Sudistari – Mahasiswa Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

I. Screening

Kriteria Responden:

1. Responden adalah nasabah Bank Syariah Mandiri Area Office Palembang

2. Nasabah sudah melakukan transaksi lebih dari 3 kali
Apakah anda memenuhi kriteria di atas:

1. Ya

2. Tidak

II. Profile Responden

Cukup pilih salah satu jawaban. Lingkarilah jawaban tersebut:

Jenis Kelamin	1. Pria 2. Wanita
Umur	1. 17 - 20 tahun 2. 21-30 tahun 3. 31-40 tahun 4. > 40 tahun
Apakah pekerjaan anda?	1. Mahasiswa 2. Pegawai Negeri 3. Pegawai Swasta 4. Lainnya

III. Pertanyaan Utama

Petunjuk Pengisian : Mohon dijawab pertanyaan-pertanyaan di bawah ini dengan memberi tanda *check* (\checkmark) pada kolom jawaban yang tersedia.

1 = Sangat Tidak Setuju

4 = Setuju

2 = Tidak Setuju

5 = Sangat Setuju

3 = Ragu – ragu

No..	Pernyataan	5	4	3	2	1
Variabel <i>Store Atmosphere</i> (X1)						
A. Bagian Luar (<i>Exterior</i>)						
1.	Papan nama terlihat jelas dan menarik					
2.	Keamanan kendaraan saat parkir terjamin					
3.	Lokasi BSM Kantor Cabang Palembang strategis					

B. Bagian dalam ruangan (<i>General Interior</i>)						
4.	Area ruangan BSM Kantor Cabang Palembang luas					
5.	Warna dan ruangan bank membuat nyaman					
6.	Aroma ruangan wangi					
7.	Fasilitas di BSM Kantor Cabang Palembang (WC, wastafle, dan mushola) terlihat bersih					
C. Tata letak bank (<i>Store layout</i>)						
8.	Kursi yang tersedia dapat menampung nasabah yang dating					
9.	Jarak antar kursi memudahkan nasabah berlalu lalang					

No.	Pernyataan	5	4	3	2	1
Variabel Kualitas Produk (X2)						
A. <i>Realiability dan Durability</i>						
1.	Produk yang ditawarkan di BSM Kantor Cabang Palembang memiliki pilihan tenor waktu yang beragam					
2.	Produk BSM memiliki keistimewaan lebih dibandingkan Bank lain					
B. Konsep Produk						
3.	Produk BSM memiliki daya Tarik					

4.	Saya menilai produk BSM memberikan reputasi yang baik bagi bank					
C. Perspektif Konsumen						
5.	Saya tidak pernah bermasalah dengan produk BSM					

No.	Pernyataan	5	4	3	2	1
Variabel Kualitas Layanan (X3)						
A. Tangibles (bukti fisik)						
1.	Pegawai bank berpenampilan rapi					
B. Reliability (kehandalan)						
2.	Pegawai Bank menyelesaikan masalah nasabah secara tepat waktu					
C. Responssive (daya tangkap)						
3.	Pegawai bank melayani nasabah dengan cepat					
D. Assurance (jaminan)						
4.	Pegawai bank selalu konsisten menjaga kesopanan terhadap nasabah					
E. Empathy (empati)						
5.	Pegawai bank selalu memperhatikan apa yang menjadi kebutuhan serta keinginan nasabah					

No.	Pernyataan	5	4	3	2	1
Variabel Loyalitas Nasabah (Y)						
1.	Saya akan menabung secara berkesinambungan di Kantor Cabang Palembang					
2.	Saya akan menggunakan produk lain yang ditawarkan BSM Kantor Cabang Palembang selain produk yang saya pilih sekarang					
3.	Saya merasa sangat puas dengan produk BSM Kantor Cabang Palembang					
4.	Saya merasa nyaman atas pelayanan dan produk BSM Kantor Cabang Palembang sehingga saya tidak akan terpengaruh dengan tawaran produk sejenis dari bank lain					
5.	Saya menyarankan kepada orang terdekat saya untuk menjadi nasabah di BSM Kantor Cabang Palembang					

Jenis Kelua	Usia	Pekerjaan	X1,1	X1,2	X1,3	X1,4	X1,5	X1,6	X1,7	X1,8	X1,9	TOTAL	X2,1	X2,2	X2,3	X2,4	TOTAL	X3,1	X3,2	X3,3	X3,4	X3,5	TOTAL	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	TOTAL		
2	1	1	5	3	4	5	5	4	5	4	5	40	4	3	3	4	4	18	4	4	4	5	21	4	4	5	5	4	22		
1	3	3	4	4	4	5	5	5	5	4	4	40	5	4	4	4	4	21	2	3	3	2	4	14	4	4	4	5	4	21	
2	2	1	4	3	3	4	5	4	5	5	5	38	4	4	5	5	3	21	3	3	4	4	18	3	3	3	4	3	16		
1	1	1	5	5	4	5	5	5	4	4	4	41	5	5	4	5	4	23	4	4	4	3	4	19	4	4	3	3	17		
2	3	3	4	5	4	5	5	4	4	3	3	39	5	4	4	4	3	20	4	4	5	5	5	23	4	4	4	4	20		
1	1	1	4	5	4	4	5	4	4	4	4	39	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	19		
2	1	1	4	4	4	5	5	5	4	5	4	40	5	4	4	5	5	23	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	20		
2	3	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	43	4	4	4	5	5	23	5	5	4	4	4	22	5	5	4	4	22		
1	2	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	42	5	4	4	5	5	4	23	4	4	4	4	4	20	4	4	5	4	22	
1	2	1	4	4	4	4	5	5	5	5	5	41	5	4	4	5	5	23	5	3	4	5	4	21	4	4	4	5	5	22	
1	1	1	4	5	5	5	5	4	5	5	5	43	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	4	24	
1	2	1	4	4	4	5	5	3	4	4	4	37	3	4	3	4	4	18	4	4	5	4	4	21	4	4	4	4	4	20	
1	3	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	43	5	5	4	4	4	22	3	3	4	2	2	14	4	4	4	4	5	21	
1	3	2	4	4	4	5	4	5	4	4	4	38	5	4	4	4	3	20	4	5	4	5	5	23	5	4	3	4	4	20	
1	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	34	3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	5	5	22	4	4	4	4	20	
1	2	1	4	5	5	5	5	4	3	4	4	39	4	3	4	4	4	19	4	4	4	4	4	4	20	5	5	4	3	4	21
1	4	4	4	3	3	5	5	4	4	5	5	38	4	4	4	4	4	20	3	3	4	4	4	18	3	3	4	4	4	18	
1	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	5	21	4	4	4	5	5	22	4	4	3	4	3	18	
1	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	40	4	4	4	4	4	3	19	4	4	3	4	4	19	5	4	5	5	4	23
1	3	2	3	4	4	5	4	5	5	4	4	39	4	3	4	4	3	18	2	4	3	2	2	13	5	4	3	4	5	21	
1	2	3	4	4	4	5	5	4	4	5	5	40	4	4	4	4	5	5	22	4	5	5	4	4	22	3	4	3	4	4	18
1	2	4	3	3	3	5	5	2	4	4	4	33	2	3	3	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	3	2	3	2	14	
1	2	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	42	5	4	4	4	3	20	4	4	5	5	5	23	4	4	4	4	4	4	20
2	2	2	5	3	3	4	4	2	4	4	4	33	2	5	5	4	4	20	3	3	4	4	4	18	4	3	4	4	4	19	
2	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5	5	5	5	5	25	4	5	4	5	4	4	21	5	5	5	5	5	25
2	3	4	4	3	3	5	4	4	3	4	4	34	4	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20	4	3	4	2	4	17
2	2	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	36	4	4	3	4	4	4	19	4	3	3	4	4	18	5	4	4	4	4	21
2	1	1	3	4	4	4	4	4	4	4	4	35	4	3	4	4	4	4	19	5	4	4	5	5	23	5	4	5	4	5	23
2	3	4	2	4	4	4	4	2	4	4	4	32	2	2	4	4	2	14	4	4	4	4	5	22	4	4	3	4	4	19	
2	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	33	4	3	3	4	2	16	4	4	4	4	5	22	3	3	4	3	4	17	
1	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	33	3	4	4	5	5	5	22	4	5	4	4	4	21	3	3	4	3	4	17
2	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	37	5	5	5	5	5	24	5	4	4	4	5	22	4	4	4	4	4	20	
1	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	37	5	4	5	3	5	22	5	4	4	4	5	22	4	4	4	4	4	21	
1	3	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	39	3	4	4	5	5	5	22	5	4	4	5	22	4	4	4	5	4	21	
2	4	3	5	3	5	5	5	5	5	4	5	42	4	3	5	5	5	22	5	5	4	5	5	24	5	5	5	5	5	25	
1	3	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	4	4	4	5	4	5	22	5	5	5	5	25	4	5	5	5	5	24	
2	4	3	5	5	4	5	4	4	4	5	5	41	5	5	5	5	4	24	5	4	5	5	5	24	4	4	4	4	5	22	
2	3	4	4	3	5	4	4	3	4	5	5	37	4	5	5	5	4	23	3	5	5	5	5	23	5	5	4	5	5	24	
2	2	4	4	3	4	3	4	4	3	5	5	36	4	5	5	4	4	22	5	4	5	5	3	22	3	4	4	3	4	18	
2	1	3	5	5	4	5	4	4	4	5	5	41	5	5	5	5	5	25	5	4	4	4	4	21	4	3	4	4	4	19	
2	2	2	5	4	5	4	3	4	4	5	4	40	2	4	5	4	5	20	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	5	22	
2	3	2	5	3	4	5	5	4	5	4	5	40	5	4	5	4	5	5	23	5	5	5	5	4	24	4	4	5	5	5	23
1	2	3	4	4	4	5	5	5	5	4	4	40	4	5	5	5	5	24	5	5	5	5	5	25	4	4	4	5	4	21	
1	2	2	4	3	4	4	5	4	5	4	5	39	4	5	4	5	5	23	5	5	5	5	4	24	3	3	4	5	5	18	
2	4	3	3	4	5	5	5	4	4	4	4	37	5	5	4	5	4	5	24	5	5	5	5	5	25	4	4	3	3	17	
1	3	4	4	3	5	5	5	4	4	3	3	38	5	5	5	5	5	4	24	5	5	5	5	5	23	4	4	4	4	4	20
2	3	4	3	3	5	4	5	4	4	4	4	36	5	4	5	5	4	23	5	3	4	5	3	20	4	4	4	3	4	19	
1	4	4	3	4	5	5	5	4	4	5	4	40	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	3	23	4	4	4	4	4	20	
2	4	3	4	4	5	4	5	4	5	5	5	41	5	4	5	5	4	23	5	5	5	5	5	4	24	5	5	4	4	4	22
2	4	2	4	3	5	5	5	5	5	5	4	42	4	4	5	5	4	22	5	4	5	5	4	23	4	4	4	5	5	23	
1	3	1	5	4	5	4	5	5	5	5	5	43	5	4	4	4	5	22	5	4	4	5	4	22	4	4	4	4	5	5	22
2	1	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	42	3	3	3	4	3	16	5	3	3	4	5	20	5	5	4	4	5	4	24
2	2	4	3	3	5	5	5	3	4	4	4	36	4	4	3	3	3	17	5	5	3	4	4	21	4	4	4	4	4	4	20
1	3	3	4	3	5	5	5	5	4	5	5	42	4	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	5	21
2	2	3	4	4	4	5	4	5	4	4	4	38	4	4	4	3	4	19	5	4	4	4	4	21	5	4	4	3	4	4	20
1	3	2	4	3	4	4	3	3	4	4	4	33	3	3	3	3	3	15	5	5	3	4	3	20	4	4	4	4	4	4	20
2	2	3	4	3	5	5	4	3	4	4	4	37	5	5	4	4	4	22	4	5	5	5	5	24	5	5	4	3	4	21	
1	1	3	4	4	5	5	4	4	4	5	5	41	4	4	5	5	4	22	5	4	4	5	5	23	3	3	4	4	4	4	18
1	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	5	5	22	5	4	3	5	3	20	4	4	3	4	3	18
2	2	4	4	3	5	5	4	5	4	5	5	40	5	5	5	5	4	24	5	5	5	4	5	24	5	4	5	4	5	4	23
2	2	2	4	5	5	5	4	5	5	4	4	42	4	4	4	4	4	20	5	4	4	5	3	21	5	4	3	4	5	5	21
2	3	2	5	3	4	5	5																								

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pria	45	50.0	50.0	50.0
Wanita	45	50.0	50.0	100.0
Total	90	100.0	100.0	

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Umur

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 17-20 Tahun	13	14.4	14.4	14.4
21-30 Tahun	32	35.6	35.6	50.0
31-40 Tahun	30	33.3	33.3	83.3
> 40 Tahun	15	16.7	16.7	100.0
Total	90	100.0	100.0	

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

st Pearson or Correlat e ion at Sig. (2- m tailed) o N s p h er e	.454* *	.429* *	.501* *	.570* *	.636* *	.624 **	.652 **	.682 **	.529 **	1
	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Rangkuman Tes Uji Validitas Kualitas Produk

Correlations

	X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	kualitaspr oduk
X2 Pearson _1 Correlation	1	.461**	.248*	.260*	.193	.637**
Sig. (2-tailed)		.000	.018	.013	.068	.000
N	90	90	90	90	90	90
X2 Pearson _2 Correlation	.461**	1	.470**	.350**	.421**	.766**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.000	.000
N	90	90	90	90	90	90

X2	Pearson						
_3	Correlation	.248*	.470**	1	.389**	.404**	.723**
	Sig. (2-tailed)	.018	.000		.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90
X2	Pearson						
_4	Correlation	.260*	.350**	.389**	1	.347**	.665**
	Sig. (2-tailed)	.013	.001	.000		.001	.000
	N	90	90	90	90	90	90
X2	Pearson						
_5	Correlation	.193	.421**	.404**	.347**	1	.684**
	Sig. (2-tailed)	.068	.000	.000	.001		.000
	N	90	90	90	90	90	90
Ku	Pearson						
ali	Correlation	.637**	.766**	.723**	.665**	.684**	1
tas	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
pr	N	90	90	90	90	90	90
od							
uk							

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Rangkuman Tes Uji Validitas Kualitas Layanan

Correlations

	X3_1	X3_2	X3_3	X3_4	X3_5	kualitasla yanan
X3_1 Pearson Correlation	1	.379**	.254*	.583**	.093	.676**
Sig. (2-tailed)		.000	.016	.000	.383	.000
N	90	90	90	90	90	90
X3_2 Pearson Correlation	.379**	1	.527**	.355**	.185	.707**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.080	.000
N	90	90	90	90	90	90
X3_3 Pearson Correlation	.254*	.527**	1	.506**	.222*	.727**
Sig. (2-tailed)	.016	.000		.000	.035	.000
N	90	90	90	90	90	90
X3_4 Pearson Correlation	.583**	.355**	.506**	1	.282**	.793**
Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000		.007	.000
N	90	90	90	90	90	90
X3_5 Pearson Correlation	.093	.185	.222*	.282**	1	.528**
Sig. (2-tailed)	.383	.080	.035	.007		.000
N	90	90	90	90	90	90
Kuali tasla Pearson Correlation	.676**	.707**	.727**	.793**	.528**	1

yana	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
n	N	90	90	90	90	90	90

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Rangkuman Tes Uji Validitas Loyalitas Nasabah

Correlations

		Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Y_5	loyalitasn asabah
Y_1	Pearson Correlation	1	.669**	.276**	.215*	.241*	.644**
	Sig. (2- tailed)		.000	.009	.042	.022	.000
	N	90	90	90	90	90	90
Y_2	Pearson Correlation	.669**	1	.387**	.354**	.312**	.734**
	Sig. (2- tailed)	.000		.000	.001	.003	.000
	N	90	90	90	90	90	90
Y_3	Pearson Correlation	.276**	.387**	1	.510**	.510**	.768**
	Sig. (2- tailed)	.009	.000		.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90
Y_4	Pearson Correlation	.215*	.354**	.510**	1	.440**	.728**

	Sig. (2-tailed)	.042	.001	.000		.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90
Y_5	Pearson Correlation	.241*	.312**	.510**	.440**	1	.703**
	Sig. (2-tailed)	.022	.003	.000	.000		.000
	N	90	90	90	90	90	90
Loyalitas	Pearson Correlation	.644**	.734**	.768**	.728**	.703**	1
abahnya	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	90	90	90	90	90	90

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Hasil Uji Reliabilitas *Store Atmosphere*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.715	.735	9

Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.727	.733	5

Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Layanan**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.716	.719	5

Hasil Uji Reliabilitas Loyalitas Nasabah**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.760	.763	5

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.90449994
	Most Extreme Differences	Absolute
	Positive	.050
	Negative	-.095
Test Statistic		.095
Asymp. Sig. (2-tailed)		.044 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Hasil Uji Linieritas *Store Atmosphere*

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
loyalitasnasabah * storeatmosphere	Between Groups	(Combined)	186.128	12	15.511	3.950	.000
		Linearity	146.251	1	146.251	37.244	.000
		Deviation from Linearity	39.877	11	3.625	.923	.523
	Within Groups		302.361	77	3.927		
Total			488.489	89			

Hasil Uji Linieritas Kualitas Produk

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
loyalitasnasabah * kualitasproduk	Between Groups	(Combined)	30.960	11	2.815	.480	.910
		Linearity	2.070	1	2.070	.353	.554
		Deviation from Linearity	28.891	10	2.889	.493	.890
	Within Groups		457.529	78	5.866		
Total			488.489	89			

Hasil Uji Linieritas Kualitas Layanan

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
loyalitasnasabah * kualitaslayanan	Between Groups (Combined)	55.937	9	6.215	1.149	.339
	Linearity	19.448	1	19.448	3.597	.061
	Deviation from Linearity	36.488	8	4.561	.844	.567
	Within Groups	432.552	80	5.407		
Total		488.489	89			

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda dan Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.822	3.082		.916	.362
storeatmosphere	.436	.070	.577	6.234	.000
kualitasproduk	-.139	.086	-.151	-1.610	.111
kualitaslayanan	.162	.087	.166	1.990	.066

a. Dependent Variable: loyalitasnasabah

Hasil Uji Koefisien Determinasi**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.582 ^a	.339	.316	1.937

a. Predictors: (Constant), kualitaslayanan, storeatmosphere, kualitasproduk