

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN KOMITMEN NASABAH
TERHADAP LOYALITAS NASABAH DI PT. BANK TABUNGAN
NEGARA (PERSERO) TBK. KANTOR CABANG SYARIAH
PALEMBANG**



Oleh:

RIZKI CITRA PERMATA

NIM: 14180182

TUGAS AKHIR

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah

Palembang

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Ahli Madya

Perbankan Syariah (A.Md)

PALEMBANG

2017



**PROGRAM STUDI D3 PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UIN RADEN FATAH PALEMBANG**

Jl. Prof. KH Zainal Abidin Fikri KM 3,5
Telp. (0711), Fax. (0711) 354668, Website: <http://radenfatah.ac.id>

Formulir E.4

**LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR
PROGRAM STUDI DIII PERBANKAN SYARIAH**

Nama : Rizki Citra Permata
Nim/Jurusan : 14180182/D3 Perbankan Syariah
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Syariah Palembang

Telah diterima dalam ujian munaqasyah pada tanggal : 2 Mei 2017

PANITIA UJIAN TUGAS AKHIR

Tanggal 10 Juli 2017 Pembimbing Utama : Rudi Aryanto, S.Si., M.Si

t.t :

Tanggal 7 Juli 2017 Pembimbing Kedua : Muhammadinah, SE., M.Si

t.t :

Tanggal 2 Juni 2017 Penguji Utama : Nilawati, S.Ag. M. Hum

t.t :

Tanggal 2 Juni 2017 Penguji Kedua : Mufti Fiandi, M.Ag

t.t :

Tanggal 2 Juni 2017 Ketua : Dinnul Alfian Akbar, SE., M.Si

t.t :

Tanggal 2 Juni 2017 Sekretaris : Lidia Desiana, SE., M.Si

t.t :

Motto :

“Do’a-doa yang mantap mengembangkan kekuatan-kekuatan yang membuahakan hasil-hasil yang positif, doa-doa yang mantap selalu membawa hasil, doa merupakan bagian penting dalam proses mengembangkan, doa adalah kekuatan yng paling hebat dalam memecahkan masalah-masalah pribadi, kekuatan sangat hebat sekali”.

“ Kesuksesan kita pada masa yang akan datang tidak tergantung pada nasib, tapi tergantung pada perbuatan sekarang”.

Puji Syukur Kehadirat Allah SWT :

Tugas Akhir ini Kupersembahkan Untuk :

- 1. Mamiku Miswarita, SH. (Almh) dan Nenekku tercinta Hj. Siti Romlah terima kasih atas semua yang telah engkau berikan kepadaku selama ini.*
- 2. Kedua pembimbingku, terima kasih atas bimbingannya.*
- 3. Sahabat seperjuanganku (Sofiliya Rauda, Siti Fatimah, Sri Wulandari, Rosa Yulistia dan Anggun Ira Lestari) beserta DPS 7 2014 terima kasih untuk 3 tahun ini kebersamaan kita.*
- 4. Almamaterku.*

KATA PENGANTAR

Dengan segala puji syukur penulis haturkan kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan nikmat yang tiada tara baiknya, baik langsung maupun tidak langsung. Shalawat dan salam pada Nabi Muhammad SAW yang menjadi teladan dalam hidup ini. Atas berkat rahmat dan hidayah-Nya Tugas Akhir yang berjudul “Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Syariah Palembang” ini dapat diselesaikan. Mudah-mudahan dapat menjadi sumbangan pemikiran dan bermanfaat bagi penulis khususnya pembaca pada umumnya.

Adapun penulisan tugas akhir ini adalah sebagai salah satu syarat akademis untuk memperoleh gelar Ahli Madya pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan tugas akhir ini masih banyak kekurangan dan kelemahannya, baik mengenai materi maupun teknik penulisannya masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan hasil penulisan ini. Oleh karena itu segala kritik dan saran terhadap karya ilmiah ini akan penulis terima dengan senang hati.

Pada kesempatan ini perkenalkanlah penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Mamiku Miswarita, SH. (Almh) dan Nenekku tercinta Hj. Siti Romlah yang tak henti-hentinya mencurahkan seluruh rasa cinta dan kasih sayangnya kepada penulis.

2. Ibu Dr. Qodariah Barkah, M.H.I, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.
3. Bapak Dinnul Alfian Akbar, SE., M.Si, selaku Ketua Program Studi D3 Perbankan Syariah.
4. Ibu RA. Ritawati, SE., M.H.I, selaku sekretaris Program Studi D3 Perbankan Syariah.
5. Bapak Rudy Aryanto, S.Si., M.Si, selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan dalam penyusunan tugas akhir ini.
6. Bapak Muhammadiyah, SE., M.Si, selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan pencerahan, bantuan pemikiran, dan saran-saran dalam penyelesaian tugas akhir ini.
7. Pimpinan beserta Staff dan Karyawan seluruh PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Syariah Palembang.
8. Secara khusus rasa terima kasih penulis segenap sampaikan kepada ibu, kakak-kakak, adik-adik serta segenap keluarga yang telah memberikan dorongan baik moril maupun materil selama penulis menyelesaikan materi perkuliahan maupun penyelesaian tugas akhir ini mencapai gelar Ahli Madya pada Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang.
9. Sahabat seperjuangan (Sofiliya Rauda, Siti Fartimah, Sri Wulandari, Rosa Yulistia dan Anggun Ira Lestari) beserta beserta DPS 7 2014 terima kasih untuk 3 tahun ini kebersamaan kita.
10. Sahabatku Putri Diana terima kasih telah memberikan semangat tiada henti kepada penulis.

Akhirnya dengan kerendahan hati penulis mengharapkan semoga tugas akhir ini akan bermanfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya D3 Perbankan Syariah.

Palembang, April 2017

Penulis,

Rizki Citra Permata

Nim. 14180182

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN TUGAS AKHIR	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
E. Sistematika Penulisan	7

BAB II LANDASAN TEORI

A. Pengertian Kepercayaan.....	9
B. Pengertian Komitmen Nasabah.....	12
C. Pengertian Loyalitas Nasabah	14
D. Produk-Produk pada BTN Syariah	17
E. Penelitian Terdahulu	21
F. Kerangka Pemikiran.....	23

G. Hipotesis Penelitian.....	24
------------------------------	----

BAB III METODE PENELITIAN

A. Definisi Operasional Variabel.....	26
B. Lokasi Penelitian.....	28
C. Jenis dan Sumber Data.....	28
D. Populasi dan Sampel.....	29
1. Populasi.....	29
2. Sampel.....	29
3. Teknik Sampling.....	30
E. Teknik Pengumpulan Data.....	31
F. Variabel-Variabel Penelitian.....	32
a) Variabel Dependen.....	33
b) Variabel Independen.....	33
G. Instrumen Penelitian.....	33
a. Uji Validitas.....	33
b. Uji Realibilitas.....	34
H. Teknik Analisis Data.....	35
1. Analisis Deskriptif.....	35
2. Uji Asumsi Klasik.....	36
1) Uji Normalitas.....	36
2) Uji Multikolinieritas.....	37
3) Uji Autokorelasi.....	37

3.	Analisis Regresi Linier Berganda	38
I.	Uji Hipotesis	38
1.	Uji T	38
2.	Uji F.....	40
3.	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	40

BAB IV PEMBAHASAN

A.	Gambaran Umum Obyek Penelitian	42
1.	Sejarah PT. BTN KCS Palembang	42
2.	Visi&Misi PT. BTN KCS Palembang	43
3.	Tujuan Pendirian PT. BTN KCS Palembang.....	44
B.	Karakteristik Responden	44
C.	Instrumen Penelitian.....	48
a.	Uji Validitas	48
b.	Uji Realibilitas.....	50
D.	Analisis Data	51
1.	Deskripsi Data Penelitian.....	51
2.	Uji Asumsi Klasik.....	53
1)	Uji Normalitas	53
2)	Uji Multikolinieritas	54
3)	Uji Autokorelasi	55
3.	Analisis Regresi Linier Berganda	56
E.	Uji Hipotesis	58

1. Uji T	58
2. Uji F.....	60
3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	61
F. Pembahasan Penelitian.....	62
1. Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah di PT. BTN KCS Palembang	62
2. Pengaruh Komitmen Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah di PT. BTN KCS Palembang	63
3. Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah di PT. BTN KCS Palembang.....	64

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	66
B. Saran.....	67

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Jumlah Nasabah Tabungan PT. BTN KCS Palembang tahun 2012-2016	2
Tabel 1.2	Jumlah Nasabah yang Menutup Rekening Tabungan di PT. BTN KCS Palembang tahun 2012-2016	3
Tabel 3.1	Indikator-Indikator dari Operasional Variabel	26
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	46
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	46
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	47
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Kepercayaan	48
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Komitmen Nasabah	49
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Loyalitas Nasabah	50
Tabel 4.8	Hasil Uji Realibilitas	51
Tabel 4.9	Responden Terhadap Variabel Kepercayaan (X_1)	51
Tabel 4.10	Responden Terhadap Variabel Komitmen Nasabah (X_2)	52
Tabel 4.11	Responden Terhadap Variabel Loyalitas Nasabah (Y)	52
Tabel 4.12	Hasil Uji Normalitas Data	54
Tabel 4.13	Hasil Uji Multikolinieritas	55
Tabel 4.14	Hasil Uji Autokorelasi	56
Tabel 4.15	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	56
Tabel 4.16	Hasil Perhitungan Uji T	58

Tabel 4.17 Hasil Uji F	61
Tabel 4.18 Hasil Uji R² (Determinasi)	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Gambar 4.1	43
--	----

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perusahaan/perbankan dapat mencapai keunggulan kompetitif melalui hubungan jangka panjang antara perusahaan dengan pelanggan dengan membangun loyalitas kepada pelanggannya. Bila pelanggan merasa tidak puas dapat menyebabkan pelanggan tersebut pindah ke Badan Usaha Lainnya. Sehingga akan merugikan Badan Usaha tersebut. Penelitian ini akan mengukur kuatnya pengaruh loyalitas nasabah pada industri perbankan tepatnya pada PT. BTN Kantor Cabang Syariah Palembang.

Di Indonesia terdapat 11 Bank Umum Syariah yaitu, Bank Syariah Mandiri, Bank Syariah Muamalat Indonesia, BNI Syariah, BRI Syariah, Bank Syariah Mega Indonesia, Bank Panin Syariah, Bank Syariah Bukopin, Bank Victoria Syariah, BCA Syariah dan Maybank Indonesia Syariah. Dan 24 Unit Usaha Syariah yang termasuk PT. Bank Tabungan Negara Syariah.

BTN Syariah merupakan Unit Usaha Syariah dari Bank BTN (Persero). Tbk yang menjalankan bisnis dengan prinsip syariah. BTN Syariah mulai beroperasi pada tanggal 14 Februari 2005 melalui pembukaan Kantor Cabang pertama di Jakarta, sampai dengan desember 2009 telah dibuka 20 Kantor Cabang, 1 Kantor Cabang Pembantu Syariah, dengan 119 Kantor Layanan Syariah. Jaringan Unit Usaha Syariah (UUS) Bank BTN telah memiliki jaringan tersebar di seluruh Indonesia. Dengan menanggapi situasi persaingan yang ketat, salah satu upaya

dapat dilakukan PT. BTN Kantor Cabang Syariah Palembang dengan menumbuhkan sikap loyal kepada nasabah.¹

PT. BTN Kantor Cabang Syariah Palembang dalam membangun kepercayaan nasabah yaitu dengan membina hubungan yang baik antar nasabah dalam jangka panjang. Serta kepercayaan timbul dari suatu proses yang lama sampai kedua belah pihak saling mempercayai. Semakin tinggi tingkat kepercayaan yang diberikan kepada nasabah maka semakin tinggi pula tingkat loyalitasnya. Adapun Upaya PT. BTN Kantor Cabang Syariah Palembang dalam membangun komitmen nasabah yaitu di dalamnya terdapat suatu hubungan yang berharga yang perlu dipertahankan terus, dimana masing-masing pihak bersedia bekerja sama untuk mempertahankan hubungan antar nasabah dan bank tersebut. Sehingga mempengaruhi kegiatan operasional Bank BTN Syariah Kantor Cabang Syariah Palembang khususnya dalam pengumpulan jumlah nasabah tabungan seperti dapat dilihat dalam Tabel 1.1 sebagai berikut :

Tabel 1.1 Jumlah Nasabah Tabungan di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Syariah Palembang Tahun 2012-2016

Jenis Tabungan	2012	2013	2014	2015	2016
Tabungan	18.445	20.324	21.550	24.332	26.571
Giro	98.500	150.241	250.245	330.451	445.000
Deposito	88.501	150.000	200.750	342.000	474.231
Total Nasabah	205.446	320.565	472.545	696.683	945.802

¹ <http://www.btn.co.id>

Sumber : PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Syariah

Palembang tahun 2012-2016

Tabel 1.1 menunjukkan pertumbuhan jumlah nasabah yang menabung di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Syariah Palembang dari tahun 2012 sampai tahun 2016. Seperti yang terlihat pada Tabel 1.1 terlihat bahwa jumlah nasabah yang percaya untuk menabung di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Syariah Palembang mengalami peningkatan nasabah selama empat tahun terakhir. Jumlah tersebut berasal dari banyaknya nasabah yang menggunakan jasa dan produk yang ditawarkan PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Syariah Palembang (baik tabungan, giro, dan deposito).

Berdasarkan data tabel di atas jumlah nasabah pada tahun 2012, yaitu sebanyak 205.446 nasabah, pada tahun 2013 jumlah nasabah sebanyak 320.565 nasabah, pada tahun 2014 jumlah nasabah sebanyak 472.545 nasabah, pada tahun 2015 jumlah nasabah sebanyak 656.683, sedangkan pada tahun 2016 jumlah nasabah sebanyak 945.802 nasabah.

Tabel 1.2 Jumlah Nasabah yang Menutup Rekening di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Syariah Palembang Tahun 2012-2016

Jenis Tabungan	2012	2013	2014	2015	2016
Tabungan	0	5	8	13	15
Giro	1	7	10	20	24
Deposito	1	3	5	8	14
Total Nasabah	2	15	23	41	53

Sumber : PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Syariah Palembang tahun 2012-2016.

Tabel 1.2 menunjukkan jumlah nasabah yang menutup rekening simpanan baik secara langsung maupun secara tidak langsung dengan pihak PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Syariah Palembang. Hal ini menunjukkan kurangnya kepercayaan dan komitmen serta loyalitas nasabah terhadap PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Syariah Palembang.

Berdasarkan tabel 1.2 yang didapat PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Syariah Palembang, jumlah nasabah yang menutup rekening simpanan mengalami kenaikan setiap tahunnya di lima tahun terakhir. Terlihat bahwa dari tahun 2010 mengalami kenaikan 2 orang, pada tahun 2011 mengalami kenaikan sebesar 15 nasabah, pada tahun 2012 mengalami kenaikan sebesar 23 nasabah, dan pada tahun 2013 sejumlah 41 nasabah, dan pada tahun 2014 mengalami kenaikan 53 nasabah.

Hal ini di indikasi oleh belum mampu memberikan layanan terbaik atau memberikan kepuasan terbaiknya kepada nasabahnya, karena nasabah merasa belum mendapatkan nilai lebih selama menabung sehingga nasabah tidak merekomendasikan kepada orang lain. Melihat fenomena ini, maka perusahaan harus meningkatkan dan mengembangkan strategi dengan mengkaji dan memahami apa saja faktor-faktor pendukung yang dapat mendorong kesetiaan seorang nasabah. Agar keadaan seperti ini tidak berulang atau bertambah di masa mendatang.

Sehingga perusahaan tidak hanya mampu mempertahankan nasabah yang telah ada bahkan terus menarik nasabah baru. Satu-satunya nilai yang dapat diciptakan perusahaan adalah nilai yang berasal dari pelanggan. Bagi perusahaan, konsumen yang setia sangat besar artinya selain menggambarkan besarnya profitabilitas yang diperoleh konsumen yang setia juga dapat menunjukkan citra atau image perusahaan di mata publik. Pelanggan yang setia dapat menjadi *partner* dalam mengembangkan produk baru, karena mereka mempertahankan dan membela bahkan menggunakan pelayanan perusahaan yang ada. Seorang pelanggan yang loyal menjadi aset yang sangat bernilai bagi perusahaan. Pelanggan yang loyal akan mengurangi usaha mencari pelanggan baru, memberikan umpan balik positif kepada perusahaan.

Loyalitas nasabah terhadap suatu produk dan pelayanan dilandasi oleh faktor-faktor tertentu. Maka dalam penelitian ini, faktor-faktor tersebut akan menjadi variabel penelitian. Terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Syariah Palembang,, diantaranya adalah kepercayaan dan komitmen. Dengan kepercayaan penuh nasabah, komitmen yang erat, Bank BTN Syariah akan disukai nasabah.

Oleh sebab itu penulis tertarik untuk melaporkan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Palembang”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka yang menjadi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Palembang?
2. Bagaimana pengaruh komitmen nasabah terhadap loyalitas nasabah di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Palembang?
3. Bagaimana pengaruh kepercayaan dan komitmen nasabah terhadap loyalitas nasabah di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Palembang.

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Palembang.
2. Untuk mengetahui pengaruh komitmen nasabah terhadap loyalitas nasabah di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Palembang.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan dan komitmen nasabah secara bersama-sama terhadap loyalitas nasabah di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Palembang

D. Manfaat penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini :

1. Bagi Penulis

Dapat menambah ilmu pengetahuan terutama dalam membangun loyalitas nasabah melalui kepercayaan nasabah dan komitmen nasabah.

2. Bagi PT. Bank Tabungan Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Palembang.

Dapat digunakan sebagai bahan masukan kepada pihak-pihak yang berkepentingan guna menentukan kebijaksanaan untuk kemajuan PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Palembang.

3. Bagi Pihak Lain

Dapat digunakan sebagai salah satu referensi penelitian dimasa mendatang.

E. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN berisi tentang uraian :

- A. Latar Belakang Masalah.
- B. Rumusan Masalah.
- C. Tujuan Penelitian.
- D. Kegunaan Penelitian.
- E. Sistematika Penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI berisi tentang uraian :

- A. Teori-teori yang dijadikan landasan dalam membahas permasalahan.

B. Penelitian Terdahulu.

BAB III : METODE PENELITIAN berisi tentang uraian :

- A. Definisi Operasional Variabel.
- B. Jenis dan Sumber Data.
- C. Populasi dan Sampel Penelitian.
- D. Teknik Pengumpulan Data.
- E. Variabel-Variabel Penelitian.
- F. Instrumen Penelitian (uji validitas dan Uji realibilitas).
- G. Teknik Analisis Data (biasanya disertakan rumusan yang digunakan dalam analisa penelitian).

BAB VI : PEMBAHASAN berisi tentang uraian :

- A. Hasil Penelitian (Jawaban dari Rumusan Masalah).
- B. Pembahasan Hasil Penelitian (berupa data deskriptif yang disesuaikan dengan teknik analisa yang digunakan).

BAB V : PENUTUP berisi tentang uraian :

- A. Simpulan
- B. Saran

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kepercayaan

Kepercayaan ada jika para pelanggan percaya bahwa penyedia layanan jasa tersebut dapat dipercaya dan juga mempunyai derajat integritas yang tinggi.² Oleh karena itu kepercayaan memegang peran penting dalam jalinan hubungan jangka panjang antara pelanggan dengan perusahaan terutama yang mencakup kepercayaan pelanggan mengenai kualitas, realibilitas, integritas dan jas yang disampaikan perusahaan.³

Robbin dan Judge menyebutkan lima dimensi kunci dalam konsep kepercayaan yang dapat dijadikan indikator untuk mengukur kepercayaan, yaitu:⁴

1. Integritas (*Integrity*), merujuk pada kejujuran.
2. Kompetensi (*competence*), terkait pada pengetahuan dan keterampilan teknis dan interpersonal yang dimiliki individu.
3. Konsistensi (*consistency*), berhubungan dengan keandalan, kemampuan memprediksi dan penilaian individu dalam menangani situasi.
4. Loyalitas (*Loyalty*), keinginan untuk melindungi dan menyelamatkan orang lain.

² Puguh Setyawan, *Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, Harga dan Keluhan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Kantor Pos Surakarta..* Surakarta: Naskah Publikasi. 2013, hal. 3.

³ Morgan, R. M. Dan S.D. Hunt, "The Commitment Kepercayaan Theory of Relationship Marketing." *Journal of Marketing* , Vol. 58, No.3 p. 20-23.

⁴ Uvi Susanti, *Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Anggota Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Surya Barokah.* Tugas Akhir. 2015

5. Keterbukaan (*openness*), mengacu pada tiga aspek keterbukaan, dalam komunikasi interpersonal, meliputi:
- a. Kesiediaan terhadap pengungkapan diri asalkan pengungkapan tersebut memadai
 - b. Kesiediaan untuk beraksi jujur terhadap pesan-pesan orang lain, dan
 - c. Memiliki perasaan-perasaan dan pikiran-pikiran yang jernih.

Kepercayaan atau *trust* menurut beberapa ahli dapat dilihat dari beberapa konteks yang berbeda, dari segi bisnis dan dari segi pelanggan :⁵

1. Bisnis ke Bisnis (*Business to Business*)

Kepercayaan merupakan keyakinan organisasi bisnis terhadap organisasi bisnis lainnya bahwa organisasi bisnis lain tersebut akan memberikan *outcome* yang positif bagi organisasi bisnis.

2. Bisnis ke Pelanggan (*Business to Customers*)

Pengertian Kepercayaan dalam konteks *Business to Customer* lebih menekankan pada sikap individu yang mengacu kepada keyakinan pelanggan atas kualitas dan keterandalan jasa yang diterimanya. Moorman, Deshpande, dan Zaltman menyatakan bahwa, Kepercayaan dapat dipandang sebagai unsur esensial untuk membangun hubungan.

3. Pelanggan (*Customers*)

Rotter dan Rawlins menyatakan bahwa kepercayaan sebagai sebuah harapan yang dipegang oleh seorang individu atau sebuah kelompok

⁵ Somad Rismi dan Priansa Donni Juni, *Manajemen Komunikasi*, Bandung: Alfabeta. 2014, hal. 104.

ketika perkataan, janji, pernyataan lisan atau tulisan dari seorang individu atau kelompok lainnya dapat diwujudkan.

Swan et al, memandang kepercayaan sebagai sebuah ciri-ciri afektif seperti sebuah perasaan atau emosi, sebagai ganti ciri-ciri kepribadian dan kognitif yang digunakan oleh Rotter. Kepercayaan akan menjadi komponen yang bernilai untuk menciptakan hubungan yang sukses. Kepercayaan juga mengurangi risiko dalam bermitra dan membangun hubungan jangka panjang serta meningkatkan komitmen dalam berhubungan.

Rawlins menyatakan bahwa penelitian yang dilakukan lebih dari 40 tahun tentang kepercayaan, telah menghasilkan dimensi yang dapat digunakan sebagai instrumen pengukuran kepercayaan yaitu kepuasan, skala interpersonal, terpercaya dan hasil kepercayaan.⁶

1) Kepuasan

Kepuasan merupakan sikap terhadap hasil transaksi dan akan mempengaruhi perilaku selanjutnya dari pelanggan, serta mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan variabel mediator yang menghubungkan variabel kualitas layanan, kepercayaan dan kesetiaan pelanggan.

2) Skala Interpersonal (*Interpersonal Scale*)

Merupakan ukuran untuk mengukur kepercayaan seseorang pada pihak lain yang dilakukan pertama kali Rotter's. Dalam skala interpersonal,

⁶ Somad Rismi, *Manajemen Komunikasi Mengembangkan Bisnis Berorientasi Pelanggan*. Bandung: Alfabeta. Hal.106

yaitu hubungan satu individu dengan individu lain yang ada di lingkungannya dengan baik.

3) Terpercaya (*Trustworthiness*)

Terpercaya berkenaan dengan kepercayaan pelanggan pada kebaikan, kemampuan, kejujuran, integritas, keandalan dan ketulusan dalam pelayanan yang diberikan.

4) Hasil Kepercayaan (*Out Comes of Trust*)

Kepercayaan berkaitan dengan tindakan, bukan hanya berhubungan dengan kognitif maupun afektif pelanggan. Kepercayaan harus menimbulkan perilaku loyalitas pelanggan sehingga terus menerus melakukan pembelian ulang.

Dalil tentang kepercayaan :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا (70)

يُصْلِحْ لَكُمْ أَعْمَالَكُمْ وَيَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ وَمَنْ اللَّهُ يُطِيعِ وَرَسُولُهُ فَازَ فَوْزًا عَظِيمًا (71)

“Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar, niscaya Allah memperbaiki bagimu amalan-amalanmu dan mengampuni bagimu dosa-dosamu. Dan barang siapa menaati Allah dan Rasul-Nya, maka sesungguhnya ia telah mendapat kemenangan yang besar.” (Q.S. Al-Ahzab [33]: 70-71).

B. Komitmen Nasabah

Komitmen adalah keinginan yang berlangsung lama dalam diri pelanggan/nasabah untuk mempertahankan hubungan yang berharga atau hubungan yang memberikan manfaat (*valued relationship*). Konsep *valued*

relationship tersebut menunjukkan bahwa, pelanggan/nasabah akan memiliki komitmen yang kuat atau tinggi jika hubungan yang dilakukan dianggap penting.⁷ Komitmen juga didefinisikan sebagai perjanjian yang eksplicit maupun implisit dari hubungan yang continue antar partner yang saling bertukaran. Komitmen juga merupakan unsur perilaku sebagai upaya untuk mempertahankan dan menjaga hubungan jangka panjang antara kedua belah pihak agar hubungan ini lebih bermakna. Tidak akan terjadi suatu komitmen kalau salah satu atau kedua belah pihak merasa bahwa hubungannya tidak menguntungkan. Dengan perkataan lain komitmen berarti di dalamnya terdapat suatu hubungan yang berharga yang perlu dipertahankan terus, dimana masing-masing pihak bersedia bekerja sama untuk mempertahankan hubungan ini.⁸ Menurut Aaker (dalam joko Riyadi) mengatakan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi kesetiaan konsumen yaitu komitmen.

Indikator untuk mengukur komitmen, yaitu:

1. Komitmen Afektif (*Affective commitment*), keterlibatan emosional seseorang pada bank tersebut berupa perasaan cinta pada bank itu sendiri.
2. Komitmen Normatif (*Normative Commitment*), merupakan komitmen yang berisi keyakinan nasabah terhadap bank tersebut. Nasabah merasa harus bertahan karena loyalitas.
3. Komitmen Kontinyu (*Continuance commitment*), persepsi seseorang atas risiko dengan meninggalkan bank saat ini. Artinya terdapat dua aspek pada

⁷ *Loc. cit.* 2013.

⁸ Mulyo Budi Setiawan, *Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Komitmen terhadap Loyalitas Nasabah PD. BPR Bank Pasar Kendal.* 2007.

komitmen kontinyu, yaitu melibatkan pengorbanan pribadi apabila meninggalkan bank dan ketiadaan alternatif tersedia bagi orang tersebut.

Indikator komitmen yang dikembangkan dari Mooman, Deshpande dan Zaltman (1993) :

1. Perasaan bangga menjadi nasabah. Perasaan bangga nasabah terhadap BTN KCS Palembang.
2. Perasaan memiliki, nasabah mempunyai rasa memiliki terhadap BTN KCS Palembang.
3. Perhatian terhadap keberhasilan jangka panjang. Perhatian yang diberikan oleh nasabah terhadap keberhasilan jangka panjang BTN KCS Palembang.
4. Menjadi pendukung setia.
5. Nasabah mempunyai sikap sebagai pendukung setia BTN KCS Palembang.

Dalil tentang komitmen :

إِنَّ الَّذِينَ قَالُوا رَبُّنَا اللَّهُ ثُمَّ اسْتَقَامُوا فَلَا خَوْفٌ عَلَيْهِمْ وَلَا هُمْ يَحْزَنُونَ (13)

Sesungguhnya orang-orang yang mengatakan: “Tuhan kami ialah Allah”, kemudian mereka tetap istiqamah maka tidak ada kekhawatiran terhadap mereka dan mereka tiada (pula) berduka cita. (QS Al Ahqaaf: 13).

C. Loyalitas Nasabah

Loyalitas nasabah/ pelanggan dalam hal ini mempunyai peran penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, hal ini menjadi alasan utama bagi sebuah perusahaan untuk menarik dan mempertahankan

mereka.⁹ Selain itu, loyalitas nasabah dapat dijadikan sebagai dasar mengembangkan keunggulan kompetitif berkelanjutan yaitu melalui upaya upaya pemasaran. Untuk memperoleh pelanggan yang loyal bukanlah suatu pekerjaan yang mudah, sehingga memerlukan perhatian yang lebih serius dari pelaku bisnis terutama para pemasar. Terlebih lagi loyalitas pelanggan mempunyai peran penting dalam meningkatkan profitabilitas perusahaan.¹⁰ Oliver mengungkapkan bahwa loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang.¹¹

Ada empat jenis loyalitas nasabah yaitu :

1. Tanpa Loyalitas (*no loyalty*)

Untuk berbagai alasan, beberapa konsumen yang tidak mengembangkan loyalitas terhadap produk atau jasa tertentu. Artinya, konsumen tidak kan pernah menjadi konsumen yang loyal, mereka hanya berkontribusi sedikit terhadap suatu perusahaan. Secara umum perusahaan harus menghindari satu kelompok yang masuk kategori tanpa loyalitas untuk dijadikan target pasar karena mereka tidak akan pernah menjadi konsumen yang loyal.

2. Loyalitas yang Lemah (*inertia loyalty*)

Keterkaitan yang lemah digabung dengan pembelian ulang tinggi akan menghasilkan loyalitas yang lemah. Konsumen yang memiliki sikap ini biasanya membeli berdasarkan kebiasaan. Dasar yang digunakan untuk pembelian produk biasanya karena sudah terbiasa atau karena selalu menggunakan produk tersebut.

⁹ Hurriyati Ratih, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Bandung: Alfabeta. 2015, hal.128.

¹⁰ Philip Kotler. Et.al, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Penerbit Erlangga. 2008, hal. 145.

¹¹ Loc.cit. hal. 129.

Kesetiaan semacam ini biasanya banyak terjadi pada produk yang sering dipaki, tetapi tidak menutup kemungkinan konsumen yang memiliki loyalitas yang lemah berubah dengan cara mendekati diri kepada konsumen tersebut melalui produk yang lebih dibandingkan pesaing, misalnya dengan meningkatkan kualitas produk tersebut dan dengan penambahan fasilitas lainnya.

3. Loyalitas Tersembunyi (*latent loyalty*)

Tingkat preferensi yang relatif tinggi yang digabung dengan tingkat pembelian berulang yang rendah menunjukkan loyalitas yang tersembunyi. Pengaruh situasi dan sikap yang menentukan pembelian ulang, Perusahaan dapat mengatasi loyalitas tersembunyi ini dengan cara memahami faktor situasi yang berkontribusi pada loyalitas tersembunyi itu.

4. Loyalitas Premium (*premium loyalty*)

Loyalitas premium merupakan jenis loyalitas yang terjadi bilamana suatu tingkat ketertarikan yang tinggi berjalan selaras dengan aktifitas pembelian kembali. Loyalitas seperti inilah yang sangat diharapkan oleh perusahaan pada tingkat preferensi yang tinggi, maka konsumen akan bangga menemukan dan menggunakan produk tersebut dan dengan senang hati membagi pengetahuan dari pengalaman mereka kepada teman, keluarga atau konsumen.

Indikator dari loyalitas nasabah/pelanggan menurut Kotler & Keller adalah kesetiaan terhadap pembelian produk (*Repeat Purchases*), Ketahanan terhadap pengaruh yang negatif mengenai perusahaan (*Retention*), dan mereferensikan secara total eksistensi perusahaan (*Referalls*).¹²

¹² Ibid. hal. 140

1. *Repeat*, yaitu apabila nasabah mengkonsumsi barang atau jasa yang disediakan oleh penyedia jasa yang bersangkutan secara berulang-ulang.
2. *Retention*, yaitu nasabah yang tidak terpengaruh terhadap barang/jasa yang ditawarkan oleh pihak lain.
3. *Referral*, yaitu apabila jasa yang diterima memuaskan, maka nasabah akan memberitahukan kepada pihak lain, dan sebaliknya apabila ada ketidakpuasan atas pelayanan yang diterima nasabah tidak akan bicara pada pihak lain, tapi justru akan memberitahukann layanan yang kurang memuaskan tersebut kepada penyedia dana.

Nasabah yang loyal merupakan aset penting bagi perusahaan, hal ini dapat dilihat dari karakteristik yang dimilikinya, sebagaimana diungkapkan Griffin pelanggan yang loyal memiliki karakteristik sebagai berikut :¹³

1. Melakukan pembelian ulang secara teratur.
2. Melakukan pembelian lini produk yang lainnya dari perusahaan anda.
3. Memberikan referensi pada orang lain.
4. Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing tidak mudah terpengaruh oleh bujukan pesaing.

D. Produk-Produk pada BTN Syariah

a Pendanaan (*funding*)

1. Tabungan BTN Batara iB

Produk simpanan dana berakad “Wadi’ah” (Titipan), bank dapat memberikan bonus yang menguntungkan dan bersaing bagi nasabah.

¹³ Loc. cit. hal. 130.

2. Tabungan BTN Prima iB

Produk simpanan dana berakad “Mudharabah Mutlaqah” (Investasi), bank memberikan bagi hasil yang menguntungkan dan bersaing bagi nasabah.

3. Tabungan BTN Haji iB

Tabungan untuk mewujudkan impian ibadah haji melalui program haji reguler dengan akad “*Mudharabah Mutlaqah*”, bank memberikan bagi hasil yang menguntungkan dan kompetitif.

4. Tabungan Qurban iB

Tabungan untuk mewujudkan niat Ibadah qurban dengan akad “Mudharabah Mutlaqah”, bank memberikan bagi hasil yang menguntungkan dan kompetitif.

5. Tabungan Simpel Ib

Tabungan dengan sekema untuk pelajar yang berfungsi sebagai media edukasi untuk mendorong budaya menabung sejak dini dengan akad “Wadi’ah” (Titipan), bank dapat memberikan bonus yang menguntungkan dan bersaing bagi nasabah.

6. TabunganKu iB

Tabungan dengan akad *Wadi’ah* (Titipan), bank dapat memberikan bonus yang menarik. Diterbitkan secara bersama-sama oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

7. Giro BTN iB

Adalah simpanan dana perorangan atau korporasi untuk mempelancar aktivitas bisnis dan penarikan dana dapat dilakukan dengan cek/bilyet giro atau sarana pemindahbukuan lainnya. Menggunakan akad sesuai syariah yaitu “*Wadi’ah*”, bank tidak menjanjikan bagi hasil tetapi boleh memberikan bonus yang menguntungkan bagi nasabah.

8. Giro BTN Investa iB

Adalah giro yang bersifat investasi atau berjangka dengan akad “*Mudharabah*” yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu dengan imbalan bagi hasil yang disepakati.

9. Deposito BTN iB

Produk penyimpanan dana dalam bentuk simpanan deposito dengan jangka waktu tertentu sesuai pilihan atau keinginan nasabah dan menggunakan akad sesuai syariah yaitu yaitu “*Mudharabah*” (*Investasi*), bank memberikan bagi hasil yang bersaing bagi nasabah atas simpanan depositonya.

b Pembiayaan (*financing*)

1. KPR BTN Platinum iB

Pembiayaan kepada Nasabah perorangan dengan akad *Murabahah* (jual beli) dalam rangka kepemilikan rumah, Ruko, rukan, rusun atau apartemen kondisi baru maupun *second*.

2. KPR BTN Subsidi iB

Produk pembiayaan dalam rangka pembelian rumah, ruko, rukan, rusun/apartemen secara inden (atas dasar pesanan), bagi nasabah perorangan dengan menggunakan prinsip akad "*Isthisna*" (Jual Beli atas dasar pesanan) , dengan pengembalian secara tangguh (cicilan bulanan) dalam jangka waktu tertentu.

3. KPR BTN indent iB

Pembiayaan kepada Nasabah perorangan dalam rangka pemilikan rumah, Ruko, rukan, rusun atau apartemen dengan akad "*Istishna*" (Pesanan).

4. Pembiayaan Kendaraan Bermotor BTN iB

Akad "*Murabahah*" (jual beli) dalam rangka pemilikan kendaraan bermotor yang diperuntukan untuk kepentingan pribadi.

5. Modal Kerja BTN Ib

Produk pembiayaan ang disediakan untuk memenuhi kebutuhan belanja modal kerja nasabah lembaga/perusahaan dengan menggunakan akad "*Murabahah*" (*Bagi Hasil*) , dengan rencana pengembalian berdasarkan kemampuan cashflow nasabah.

6. Pembiayaan Kontruksi BTN Ib

Pembiayaan dengan prinsip akad kerjasama (Musyarakah) yang diberikan kepada pengembang perumahan dan bisnis sejenis untuk menyediakan modal kerja guna membiayai konstruksi proyek

perumahan yang meliputi bangunan atau rumah berikut infrastruktur terkait.

7. Investasi BTN Ib

Produk pembiayaan yang disediakan untuk memenuhi kebutuhan belanja barang modal (*capital expenditure*) perusahaan/lembaga dengan menggunakan prinsip akad *Mudaharabah* (Jual Beli) dan/ atau *Musyarakah* (Bagi Hasil), dengan rencana pengembalian berdasarkan proyeksi kemampuan cashflow nasabah.

8. Pembiayaan Bangun Rumah BTN iB

Pembiayaan kepada Nasabah perorangan dengan akad *Murabahah* (Jual beli) dalam rangka membangun atau merenovasi bangunan tempat tinggal.

E. Penelitian Terdahulu

1. Uvi Susanti (2016) dalam penelitiannya berjudul : “Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Surya Barokah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan dan kepercayaan dan interaksi antara kualitas layanan dan kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BMT Surya Barokah. Penelitian ini dilakukan dengan sampel nasabah BMT Surya Barokah dengan alat analisis regresi linier berganda.
2. Faris Mujaddid Adinugroho (2015) dalam penelitiannya berjudul : “Pengaruh Kepercayaan Pelanggan, Komitmen Pelanggan dan Komunikasi *Word Of Mouth* terhadap Loyalitas Pelanggan Minimarket. Hasil

penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan pelanggan, komitmen pelanggan dan komunikasi *word of mouth* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Minimarket. Penelitian ini dilakukan dengan sampel pelanggan Minimarket dengan alat regresi linier berganda.

3. Mulyo Budi Setiawan Dan Ukudi (2007) (Jurnal Bisnis dan Ekonomi) dalam penelitiannya berjudul : “Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Komitmen terhadap Loyalitas Nasabah Studi Pada PD. BPR Bank Pasar Kendal”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas layanan, kepercayaan dan komitmen berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah. Penelitian ini dilakukan dengan sampel nasabah pada PD. BPR Bank Pasar Kendal dengan alat analisis data SEM (*Structural Equation Model*) dengan program AMOS versi 5.
4. Puguh Setyawan (2013) dalam penelitiannya berjudul : “Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, Harga dan Keluhan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Kantor Pos Surakarta”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan, komitmen, harga dan keluhan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan kantor pos surakarta. Penelitian ini dilakukan dengan sampel pelanggan kantor pos surakarta dengan alat regresi linier berganda.
5. Tari Utami (2016) dalam penelitiannya berjudul : “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

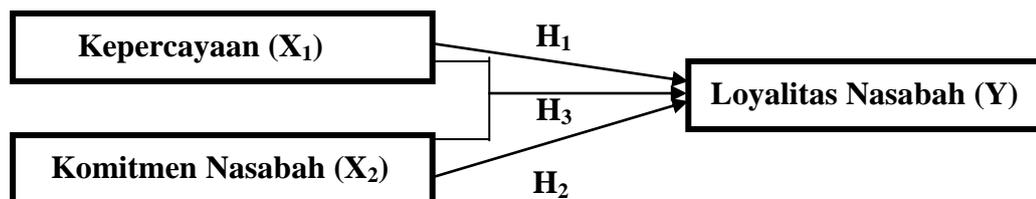
Penelitian ini dilakukan dengan sampel nasabah PT. BNI KCS Palembang dengan alat regresi liner sederhana.

F. Kerangka Pemikiran

Kepercayaan nasabah didefinisikan sebagai kepercayaan suatu nasabah terhadap suatu perusahaan atau produk tertentu. Dengan demikian berdasarkan definisi tersebut diatas perusahaan dapat memenuhi kebutuhan nasabah jika di dalam konsep kepercayaan terdapat kepercayaan, realibilitas dan integritas. Oleh karena itu, kepercayaan memegang peran penting dalam jalinan hubungan jangka panjang untuk mencapai loyalitas nasabah antara nasabah dengan perusahaan terutama yang mencakup kepercayaan nasabah mengenai kualitas, realibilitas, integritas dari jasa yang disampaikan perusahaan.

Selain kepercayaan hal lain yang perlu diperhatikan adalah Komitmen. Komitmen adalah salah satu faktor penting dalam mensukseskan hubungan baik yang akan melahirkan hubungan jangka panjang dari kedua pihak pertukaran yaitu kepada produk ataupun kepada perusahaan untuk mencapai loyalitas nasabah.

Berdasarkan uraian diatas penelitian dapat menggambarkan secara garis besar mengenai pengaruh kepercayaan dan komitmen nasabah terhadap loyalitas nasabah di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Palembang dalam kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 3.1 Hubungan Variabel *Independen* terhadap variabel *Dependen*

G. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah dan kajian empiris yang telah dilakukan sebelumnya, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

1. Pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Palembang.

Ho = Kepercayaan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Palembang.

Ha = Kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Palembang.

2. Pengaruh komitmen nasabah terhadap loyalitas nasabah di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Palembang.

Ho = Komitmen nasabah tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Palembang.

Ha = Komitmen nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Palembang.

3. Pengaruh kepercayaan dan komitmen nasabah terhadap loyalitas nasabah di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Palembang.

Ho = Kepercayaan dan komitmen nasabah tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Palembang.

Ha = Kepercayaan dan komitmen nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Palembang.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Definisi Operasional Variabel

Variabel dapat didefinisikan sebagai atribut seseorang atau objek yang mempunyai variasi antara satu objek dengan objek lain.¹⁴ Variabel juga merupakan atribut dari bidang keilmuan atau kegiatan tertentu. Dinamakan variabel karena ada variasinya. Untuk dapat bervariasi, maka penelitian harus didasarkan pada sekelompok sumber data atau objek yang bervariasi.

Dalam kegiatan penelitian ini tiga variabel yang digunakan yaitu dua *variable independent* / variabel bebas X_1 (kepercayaan) X_2 (komitmen nasabah) dan satu *variable dependent* / variabel terikat Y (loyalitas nasabah). Dari masing-masing variabel tersebut dapat diukur dengan faktor-faktor yang mempengaruhi yang dituangkan dalam sebuah kuesioner sehingga lebih terarah dan sesuai dengan metode yang digunakan.

Tabel 3.1

Indikator-indikator dari Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Item
----------	-----------	------

¹⁴ Sugiyono, *Metode Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2011. Hal.38.

<p style="text-align: center;">Kepercayaan (X₁)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Integrity</i> (Integritas) 2. <i>Competence</i> (Kompetensi) 3. <i>Consistency</i> (Konsistensi) 4. <i>Loyalty</i> (Loyalitas) 5. <i>Openness</i> (Keterbukaan) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Karyawan PT. BTN Kantor Cabang Syariah selalu menunjukkan bukti transaksi kepada nasabah 2. PT. BTN Kantor Cabang Syariah Palembang memberi kemudahan pada proses transaksi 3. PT. BTN Kantor Cabang Syariah Palembang mampu mengatasi masalah yang dihadapi nasabah 4. PT. BTN Kantor Cabang Syariah Palembang mampu memberikan perlindungan dan keselamatan terhadap nasabah 5. PT. BTN Kantor Cabang Syariah Palembang menerima kritik dan saran dari nasabah
<p style="text-align: center;">Komitmen Nasabah (X₂)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Komitmen Afektif (<i>Affective Commitment</i>) 2. Komitmen Normatif (<i>Normative Commitment</i>) 3. Komitmen Kontinyu (<i>Continuance Commitment</i>) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nasabah merasa bangga bisa bekerjasama dengan PT. BTN Kantor Cabang Syariah Palembang 2. Nasabah berkomitmen melanjutkan transaksi di PT. BTN Kantor Cabang Syariah Palembang 3. Berat bagi saya apabila tidak menggunakan produk/jasa di PT. BTN Kantor Cabang Syariah Palembang
<p style="text-align: center;">Loyalitas Nasabah</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Repeat</i> (Berulang-ulang) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nasabah Menggunakan jasa bank berulang-ulang lebih dari 2 kali

(Y)	<p>2. <i>Retention</i> (Tidak Terpengaruh</p> <p>3. <i>Referral</i> (Merasa Puas/ Tidak Puas)</p>	<p>di PT. BTN Kantor Cabang Syariah Palembang</p> <p>2. Nasabah PT. BTN Kantor Cabang Syariah Palembang tidak terpengaruh oleh produk/jasa bank lain</p> <p>3. Nasabah memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk menggunakan produk/jasa di PT. BTN Kantor Cabang Syariah Palembang</p> <p>4. PT. BTN Kantor Cabang Syariah Palembang merupakan bank terbaik</p> <p>5. Nasabah percaya bahwa PT. BTN Kantor Cabang Syariah Palembang bisa memberikan pelayanan yang memuaskan</p>
-----	--	--

B. Lokasi Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini adalah di Jl. Veteran, Kuto Batu Kecamatan Ilir Timur II Palembang, Sumatera Selatan 30114. Telp. (0711) 355417.

C. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yaitu data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis berdasarkan prosedur-prosedur statistik.¹⁵

2. Sumber Data

¹⁵ Op.cit. hal. 103.

Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer. Data primer adalah data yang pertama kali dicatat dan dikumpulkan oleh peneliti. (sumber) Data primer dapat berupa opini subjek (orang) secara individual atau kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda, kejadian atau kegiatan dan hasil pengujian. Dalam penelitian ini data primernya diperoleh langsung dari responden yang menjadi nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Palembang dan data yang diperlukan adalah tentang loyalitas nasabah pada kepercayaan dan komitmen nasabah.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.¹⁶ Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Palembang sebanyak 20.340 orang.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam menentukan data yang akan diteliti teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan Non probability sampling yaitu dengan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk

¹⁶ Ibid. hal, 80.

dipilih menjadi sampel.¹⁷ Untuk menentukan ukuran sampel, maka dilakukan pengambilan sampel dengan menggunakan rumus:¹⁸

Rumus yang digunakan sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

Keterangan :

n : Jumlah elemen/ anggota sampel.

N : Jumlah elemen/ anggota populasi.

e : Tingkat kesalahan/ nilai toleransi.

Jumlah populasi adalah 20.340 dan tingkat kesalahan yang dikehendaki adalah 10%, penulis menggunakan tingkat kesalahan 10% agar penulis mudah dalam melakukan perhitungan dalam penelitian, maka jumlah sampel yang digunakan adalah :

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + N e^2} \\ &= \frac{20.340}{1 + 20.340 (0,1)^2} \\ &= \frac{20.340}{20.341 (0,01)} \\ &= \frac{20.340}{203,41} \\ &= 100. \end{aligned}$$

¹⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2009. Hal. 84.

¹⁸ Muhamad, *Metode Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali Pers. 2008.. hal. 181

Sehingga jumlah sampel penelitian ini ditentukan sebesar 100 orang nasabah.

3. Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian. Pengambilan sampel (*sampling*) adalah proses memilih jumlah elemen secukupnya dari populasi, sehingga penelitian terhadap sampel dan pemahaman tentang sifat atau karakteristiknya akan membuat kita dapat menggeneralisasikan sifat atau karakteristik tersebut pada elemen populasi.¹⁹

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik *accidental sampling*, yaitu pengambilan sampel cara pengambilan sampel secara kebetulan. Anggota populasi yang secara kebetulan dijumpai oleh penelitian, maka itulah menjadi sampelnya.²⁰

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik pengumpulan data melalui:

a. Kuesioner

Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.²¹ Teknik pengumpulan data dengan menyerahkan atau mengirimkan daftar pertanyaan untuk diisi oleh

¹⁹ Ibid. hal.82.

²⁰ Masyhuri, dan Zainuddin, *Metode Penelitian*. Bandung : PT Refika Aditama. 2008. Hal. 184.

²¹ Ibid. hal, 143.

responden. Responden adalah orang yang memberikan tanggapan atau jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang diajukan. Penggunaan angket merupakan hal pokok pada penelitian survey untuk pengumpulan data. Untuk memudahkan responden menjawab pertanyaan atau pernyataan dari penulis, penulis menggunakan skala *Likert* untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.²² Untuk memudahkan responden menjawab pertanyaan atau pernyataan dari penulis, penulis menggunakan skala likert dengan notasi skala likert :

- | | | |
|--------|-----------------------|---------------|
| 1. STS | = Sangat Tidak setuju | diberi skor 1 |
| 2. TS | = Tidak Setuju | diberi skor 2 |
| 3. N | = Netral | diberi skor 3 |
| 4. S | = Setuju | diberi skor 4 |
| 5. SS | = Sangat Setuju | diberi skor 5 |

b. Dokumentasi

Yaitu suatu cara pengumpulan data yang dilakukan dengan cara pengumpulan data yang berkaitan dengan pengaruh kepercayaan dan komitmen nasabah terhadap loyalitas nasabah. Dari data tersebut kemudian penulis melakukan pengumpulan, penyusunan, penganalisisan, dan sehingga menghasilkan kesimpulan.

c. Kepustakaan

Yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan cara membaca buku, referensi dan literatur, serta jurnal-jurnal yang terdapat di internet. Selain itu

²² Ibid. Sugiyono. Hal.142.

juga ada tugas akhir terdahulu yang terdapat di perpustakaan fakultas ekonomi dan bisnis Islam maupun di perpustakaan UIN Raden Fatah Palembang.

F. Variabel-variabel Penelitian

Berdasarkan pendahuluan dan rumusan masalah yang telah dibentuk maka Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1) Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel independen (bebas). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah loyalitas nasabah. Menurut Sheth dan Mittal dalam Tjiptono mendefinisikan loyalitas nasabah sebagai komitmen nasabah terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten.²³ Variabel dependen dalam penelitian ini adalah loyalitas nasabah.

2) Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).²⁴

Variabel independen dalam penelitian ini adalah :

²³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*, Bandung: Alfabeta. 2009, hal. 39.

²⁴ Ibid. hal. 39

1. Kepercayaan Nasabah (X_1).
2. Komitmen Nasabah (X_2).

G. Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu data dapat dipercaya kebenarannya sesuai dengan kenyataan. Pengujian validitas item dalam penelitian ini penulis menggunakan metode *Corrected Item Total Correlation*. Teknik uji validitas item dengan metode *Corrected Item Total Correlation* yaitu mengkorelasikan skor item dengan skor totalnya dan melakukan koreksi terhadap nilai koefisien korelasi.²⁵ Berikut ini perhitungan korelasi yang digunakan untuk melakukan uji validitas sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \cdot \sum XY - (\sum X) - (\sum X) - (\sum Y)}{\sqrt{N \cdot \sum X^2 - (\sum Y)^2} (N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}$$

Keterangan :

r_{xy}	= Koefisien Korelasi
N	= Sampel
X	= Nilai tiap pertanyaan
Y	= Jumlah nilai total
$\sum X$	= Jumlah seluruh skor X
$\sum Y$	= Jumlah seluruh skor Y

²⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. 2008. Hal.255.

Jika *coreccted item total correlation* r hitung $>$ r tabel, maka kuesioner tersebut dikatakan valid.²⁶

b. Uji Reliabilitas

Uji realibilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner, bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula.²⁷ Metode yang sering digunakan dalam penelitian untuk mengukur skala rentangan (seperti skala Likert 1-5) dengan menggunakan teknik *Cronbach Alpha*.²⁸ Uji realibilitas ini hanya dilakukan pada data yang dikatakan valid. Untuk menguji realibilitas digunakan teknik *cronbach alpha* $> 0,60$.

Rumus *cronbach alpha* adalah sebagai berikut :

$$r_i = \frac{k}{(k-1)} \left\{ 1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right\}$$

Keterangan :

K = mean kuadrat antara subjek

$\sum s_i^2$ = mean kuadrat kesalahan

s_t^2 = varians total

²⁶ Ibid. hal. 255

²⁷ Syofian Siregara, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara. 2014. Hal. 87.

²⁸ Duwi Priyatno, *SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta. 2014. Hal. 51.

Menilai *reliable* tidaknya suatu instrumen dilakukan dengan menkonsultasikan r hitung dengan r tabel, apabila r hitung $>$ r tabel maka instrumen dinyatakan tidak *reliable*.

H. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini teknik analisis digunakan adalah :

1. Analisis Deskriptif

Teknik analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif kuantitatif adalah salah satu jenis penelitian yang bertujuan mendeskripsikan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta dan sifat populasi tertentu. Dalam deskriptif kuantitatif untuk melihat dan menemukan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat atau untuk membandingkan dua variabel dalam rangka menemukan sebab dan akibat.

2. Uji Asumsi

Uji asumsi klasik terhadap model regresi digunakan agar dapat diketahui apakah model regresi tersebut merupakan model regresi yang baik atau tidak. Dalam penelitian ini uji asumsi klasik yang digunakan adalah uji normalitas dan multikolinieritas dan autokorelasi.

1) Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atau keduanya berdistribusi normal atau tidak.²⁹ Cara menguji normalitas residual dengan uji statistik nonparametrik *Kolmogorof- Smirnov* (K-S) dapat digunakan program SPSS. Pengujian

²⁹ Umar Husein, *Desain Penelitian MSDM dan perilaku Karyawan*.2008. hal.77.

normalitas dilakukan dengan melihat nilai grafik Normal *P-P plot*. Apabila varian plot menyebar dan mendekati garis lurus, maka data dari variabel independen dan variabel dependen dalam penelitian dapat dikatakan memiliki kecenderungan berdistribusi secara normal. Dengan uji statistik yaitu dengan menggunakan uji statistik non-parametrik Kolomogrov-Smirnov.

1. Tentukan Hipotesis:

H0 : data berdistribusi normal

H1 : data tidak berdistribusi normal

2. Tentukan besarnya taraf significant nya yaitu 0,05 (5%)

3. Tentukan criteria uji hipotesis

a. Jika Asym sig < 0,05 H0 ditolak

b. Jika Asym sig > 0,05 H0 diterima

2) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam suatu model. Kemiripan antar variabel independen akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Selain itu untuk uji ini juga untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsil (uji t) masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika VIF yang dihasilkan diantara 1-10 maka tidak terjadi multikolinieritas.³⁰

³⁰ V. Wiratna Sujarweni. *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta : Pustakabarupress. 2015, hal. 186.

3) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara data dalam variabel pengamatan. Apabila terjadi korelasi akan dinamakan ada problem autokorelasi yang bertujuan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Autokorelasi sering terjadi pada sampel dengan data bersifat time series. Uji Durbin Watson adalah cara untuk mendeteksi autokorelasi. Dengan kriteria keputusan terjadi autokorelasi jika angka DW bernilai <1 atau <3 .³¹

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh hubungan linier antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen. Persamaan regresi linier berganda dengan 2 variabel independen sebagai berikut :

$$y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan :

a : Konstanta

$b X_1, b X_2$: Koefisien regresi dari masing-masing variabel independen

e : *Error Estimate*

³¹ Rudy Aryanto, *Modul Pembelajaran Panduan SPSS*. hal. 52.

- y : Loyalitas Nasabah
 X_1 : Kepercayaan Nasabah
 X_2 : Komitmen Nasabah

Besarnya konstanta tercermin dalam “ a ” dan besarnya koefisien regresi dari masing-masing variabel independen ditunjukkan dengan b_1 dan b_2 .

I. Uji Hipotesis

1. Uji T

Uji T digunakan untuk menguji hipotesis parsial (satu-satu) untuk menguji apakah variabel bebas individu terhadap variabel terikat. Pengujian dengan uji t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh masing-masing variabel kepercayaan dan komitmen nasabah terhadap loyalitas nasabah. Langkah-langkah Uji Hipotesis untuk Koefisien Regresi adalah sebagai berikut :

a. Perumusan Hipotesis

1. Hipotesis 1 (H_1)

Ada pengaruh yang positif dari variabel bebas Kepercayaan (X_1) terhadap variabel terikat Loyalitas Nasabah (Y)

2. Hipotesis 2 (H_2)

Ada pengaruh yang positif dari variabel bebas Komitmen Nasabah (X_2) terhadap variabel terikat Loyalitas Nasabah (Y).

b. Penentuan harga t tabel berdasarkan taraf signifikansi dan derajat kebebasan

1. Taraf Signifikansi = 5%

2. Derajat Kebebasan = $(n-k-1)$

c. Kriteria Pengujian

1. $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_1 diterima

Ada pengaruh yang positif dari variabel bebas Kepercayaan (X_1) terhadap variabel terikat Loyalitas Nasabah (Y).

2. $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_2 diterima

Ada pengaruh yang positif dari variabel bebas Komitmen Nasabah (X_2) terhadap variabel terikat Loyalitas Nasabah (Y).

2. Uji F

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh semua variabel X secara bersama-sama dapat mempengaruhi variabel Y. Uji statistik yang digunakan untuk pengujian ini menggunakan Uji F.

a. Persamaan Hipotesis Nihil (H_0) dan Hipotesis alternatif (H_1)

$H_0 = \beta_1 = 0$ Tidak ada pengaruh yang positif dari masing-masing variabel bebas (X_1, X_2) terhadap variabel terikat Y.

$H_0 \neq \beta_1 = 0$ Ada pengaruh yang positif dari masing-masing variabel bebas (X_1, X_2) terhadap variabel terikat Y.

b. Kesimpulan yang diambil

Pengujian ini dengan menggunakan taraf signifikansi 5% (0,05)

1. Jika probabilitas $< 0,05$, maka H_0 ditolak, berarti masing-masing variabel bebas secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel terikat.
2. Jika probabilitas $> 0,05$, maka H_0 diterima, berarti masing-masing variabel bebas secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel terikat.

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi ini menjelaskan besarnya pengaruh nilai suatu variabel (Variabel X) terhadap naik atau turunnya variabel lain (variabel Y).

Persamaan untuk koefisien determinasi sebagai berikut :³²

$$KD = R^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD : Koefisien Determinasi

R^2 : Koefisien korelasi yaitu proporsi variabilitas dalam suatu data yang dihitung didasarkan pada model statistik, misalnya data dari analisa SPSS.

³² Yusi Syahirman, dan Idris Umiyati, *Statistika untuk Ekonomi dan Penelitian*. Palembang: Citrabooks Indonesia. 2010. Hal.101.

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Sejarah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Palembang

PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Palembang adalah salah satu cabang perbankan yang melakukan kegiatan operasionalnya berdasarkan prinsip syariah. Bank Tabungan Negara Syariah merupakan *Strategic Bussiness Unit* (SBU) dari PT. Bank Tabungan Negara yang menjalankan bisnis dengan prinsip syariah, mulai beroperasi pada tanggal 14 Februari 2005 melalui pembukaan kantor cabang syariah di Jakarta.³³

Pembukaan *strategic Bussiness Unit* ini guna melayani tingginya minat masyarakat dalam memanfaatkan jasa keuangan syariah, adanya Fatwa Majelis Ulama Indonesia tentang bunga bank, serta melaksanakan hasil rapat umum pemegang saham tahun 2004. Saat ini kantor cabang Bank Tabungan Negara Syariah berjumlah 20 cabang syariah unit usaha syariah, 1 kantor cabang pembantu syariah, dan 119 kantor layanan syariah tersebar di seluruh Indonesia.

PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Palembang mulai beroperasi tanggal 13 Februari 2009 dan merupakan cabang ke-17. Terletak di Jalan Veteran No. 325-329 Palembang. Pendirian PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Palembang ini dimotori

³³ www.btn.co.id

pertama kali sebelas pegawai, terdiri dari dua kepala cabang, dua kepala seksi, dan tujuh orang staff pegawai.

2. Visi & Misi PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Palembang

Adapun visi & misi PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk dalam menjalankan usahanya, yaitu sebagai berikut :³⁴

Visi :

Menjadi *Strategic Bussniess Unit* (SBU) Bank Tabungan Negara yang sehat dan terkemuka dalam penyediaan jasa keuangan syariah dan mengutamakan kemasalahan bersama.

Misi :

1. Memberikan pelayanan unggul dalam pembiayaan perumahan dan industri terkait, pembiayaan konsumsi dan usaha kecil menengah.
2. Meningkatkan keunggulan kompetitif melalui inovasi pengembangan produk, jasa dan jaringan strategis berbasis teknologi terkini.
3. Menyiapkan dan mengembangkan *human capital* yang berkualitas profesional dan memiliki integritas tinggi.
4. Melaksanakan manajemen perbankan yang sesuai dengan prinsip kehati-hatian dan *good corporate governance* untuk meningkatkan *shareholder value*.
5. Memperdulikan kepentingan masyarakat dan lingkungannya.

³⁴ Ibid. www.btn.co.id

3. Tujuan Pendirian PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Palembang

Tujuan pendirian PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Palembang adalah sebagai berikut :

1. Untuk memenuhi kebutuhan bank dalam memberikan pelayanan jasa keuangan syariah.
2. Mendukung pencapaian sasaran laba usaha bank
3. Meningkatkan ketahuan bank dalam menghadapi perubahan lingkungan usaha
4. Memberi keseimbangan dalam memenuhi kepentingan segenap nasabah dan pegawai.

B. Karakteristik Responden

Karakteristik responden memberikan hubungan yang erat dengan ciri-ciri responden secara individu terhadap hasil penelitian mengenai pengaruh kepercayaan dan komitmen nasabah terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Palembang. Dalam hal karakteristik responden dikelompokkan menurut deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, dan pekerjaan di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Palembang. Oleh karena itu untuk lebih jelasnya dapat digambarkan mengenai karakteristik responden.

1. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Adapun data mengenai jenis kelamin responden nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Palembang sebagai berikut :

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Laki-laki	47	47%
2	Perempuan	53	53%
Jumlah		100	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2017

Berdasarkan keterangan pada tabel jenis kelamin responden. Dapat diketahui tentang jenis kelamin responden nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Palembang yang diambil sebagai responden, yang menunjukkan bahwa responden laki-laki berjumlah 47 orang dan responden perempuan berjumlah 53 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden yang paling banyak berdasarkan jenis kelamin adalah responden Perempuan 53 orang ataupun 53%.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Adapun data mengenai usia responden nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Palembang adalah sebagai berikut :

Tabel 4.2**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

No	Usia	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	17-25 Tahun	38	38%
2	26-35 Tahun	35	35%
3	36-45 Tahun	17	17%
4	>45 Tahun	10	10%
Jumlah		100	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2017

Berdasarkan keterangan tabel diatas diketahui bahwa usia nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Palembang mayoritas nasabahnya berumur 17-25 tahun dan 26-35 tahun yang berjumlah 38 orang dan 35 orang, sedangkan sisanya 36-45 tahun berjumlah 17 orang, dan > 45 tahun berjumlah 10 orang.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Adapun data mengenai pendidikan terakhir responden nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Palembang adalah sebagai berikut :

Tabel 4.3**Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah Respoden	Persentase (%)
1	SD	0	0
2	SMP	2	2%
3	SMA	74	74%

4	Perguruan Tinggi	24	24%
Jumlah		100	100%

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2017

Berdasarkan keterangan tabel pendidikan terakhir responden diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar dari pendidikan terakhir nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Palembang yang diambil sebagai responden adalah SD berjumlah 0, SMP berjumlah 2 orang, SMA berjumlah 74 orang, dan Perguruan Tinggi berjumlah 24 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden sebagian besar lulusan SMA dengan 74 orang ataupun 74%.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Adapun data mengenai pekerjaan responden nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Palembang adalah sebagai berikut :

Tabel 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase (%)
1	Wiraswasta/Pedagang	20	20%
2	Pegawai Swasta	31	31%
3	PNS	18	18%
4	Pelajar	21	21%
5	Lainnya	10	10%
	Jumlah	100	100%

Berdasarkan keterangan tabel pekerjaan responden diatas dapat kita ketahui bahwa sebagian besar dari pekerjaan nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Palembang diambil sebagai responden adalah pegawai swasta tersebut yaitu sebesar 31 orang, pelajar berjumlah 21 orang, wiraswasta/pedagang berjumlah 20 orang, dan lainnya atau pekerjaan yang tidak disebutkan dalam kuesioner berjumlah 10 orang.

C. Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kevalidan angket dalam mengumpulkan data. Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan alat bantu SPSS 16.0. Hasil penelitian dapat dilihat pada tabel 4.5, 4.6, dan 4.7 sebagai berikut:

Tabel 4.5

Hasil Uji Validitas kepercayaan

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	15.27	3.270	.332	.594
P2	15.23	3.290	.415	.563
P3	15.55	2.957	.399	.562
P4	15.64	3.283	.359	.583
P5	15.67	2.486	.429	.554

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2017

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas kepercayaan, menunjukkan bahwa hasil analisis pada tabel diatas maka nilai koefisien korelasi semua

butir pertanyaan yang terletak pada kolom “*corrected item total correlation*” dapat dilihat bahwa 5 pernyataan keusioner memiliki $r > 0,1966$. Dapat disimpulkan bahwa semua item dalam angket penelitian ini valid sehingga dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

Tabel 4.6

Hasil Uji Validitas Komitmen Nasabah

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	7.47	1.524	.465	.480
P2	7.54	1.625	.456	.502
P3	7.61	1.230	.401	.602

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2017

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas komitmen nasabah, menunjukkan bahwa hasil analisis pada tabel diatas maka nilai koefisien korelasi semua butir pertanyaan yang terletak pada kolom “*corrected item total correlation*” dapat dilihat bahwa 3 pernyataan keusioner memiliki $r > 0,1966$. Dapat disimpulkan bahwa semua item dalam angket penelitian ini valid sehingga dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Loyalitas Nasabah

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	15.62	4.097	.240	.655
P2	15.78	3.628	.307	.615
P3	15.48	3.666	.490	.531
P4	15.56	3.239	.580	.472
P5	15.48	3.424	.379	.577

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2017

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas loyalitas nasabah, menunjukkan bahwa hasil analisis pada tabel diatas maka nilai koefisien korelasi semua butir pertanyaan yang terletak pada kolom “*corrected item total correlaction*” dapat dilihat bahwa 5 pernyataan keusioner memiliki $r > 0,1966$. Dapat disimpulkan bahwa semua item dalam angket penelitian ini valid sehingga dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

b. Uji Realibilitas

Uji Realibilitas digunakan untuk mengetahui alat ukur suatu kuesioner, untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Metode yang sering digunakan untuk menguji uji realibilitas dengan menggunakan *cronbach alpha* uji realibilitas ini hanya dilakukan pada data yang dilakukan valid. Untuk menguji realibilitas digunakan teknik *cronbach alpha* $>0,60$. Hasil penelitian dapat dilihat pada tabe 4.11 sebagai berikut :

Tabel 4.8
Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Realibility Coefficient Alpha	Keterangan
Kepercayaan	.626	Reliabel
Komitmen Nasabah	.621	Reliabel
Loyalitas Nasabah	.628	Reliabel

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2017

D. Analisis Data

1. Deskripsi Data Penelitian

Pada penelitian ini menjelaskan mengenai pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Palembang.

a. Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kepercayaan (X_1)

Tabel 4.9
Responden Terhadap Kepercayaan (X_1)

No Item	SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)		Total	%
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
X1	17	17	71	71	9	9	3	3	0	0	100	100
X2	21	21	68	68	9	9	2	2	0	0	100	100
X3	15	15	55	55	26	26	4	4	0	0	100	100
X4	3	3	61	61	33	33	3	3	0	0	100	100
X5	15	15	51	51	31	31	2	2	1	1	100	100
Total	71	71	306	306	108	108	14	14	1	1	100	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2017

Berdasarkan data tersebut, dengan jumlah responden 100 orang terhadap pernyataan pada kuesioner nasabah yang menjawab sangat setuju sebanyak 71

orang, yang menjawab setuju sebanyak 306 orang, yang menjawab netral sebanyak 108 orang, yang menjawab tidak setuju sebanyak 14 orang, dan yang menjawab sangat tidak setuju 1 orang.

b. Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Komitmen (X_2)

Tabel 4.10

Responden Terhadap Variabel Komitmen Nasabah (X_2)

No Item	SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)		Total	%
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
X1	20	20	55	55	22	22	3	3	0	0	100	100
X2	5	5	55	55	40	40	0	0	0	0	100	100
X3	4	4	34	34	46	46	12	12	4	4	100	100
Total	29	29	110	110	108	108	15	15	4	4	100	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2017

Berdasarkan data tersebut, dengan jumlah responden 100 orang terhadap pertanyaan pada kuesione yang menjawab sangat setuju sebanyak 29 orang, yang menjawab setuju sebanyak 110 orang, yang menjawab netral sebanyak 108 orang, yang menjawab tidak setuju sebanyak 15 orang, sedangkan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 4 orang.

c. Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Loyalitas Nasabah (Y)

Tabel 4.11

Responden Terhadap Variabel Loyalitas Nasabah (Y)

No Item	SS (5)		S (4)		N (3)		TS (2)		STS (1)		Total	%
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
X1	17	17	57	57	22	22	4	4	0	0	100	100
X2	15	15	46	46	31	31	8	8	0	0	100	100
X3	10	10	64	64	25	25	1	1	0	0	100	100
X4	24	24	46	46	30	30	0	0	0	0	100	100
X5	28	28	50	50	20	20	2	2	0	0	100	100
Total	94	94	263	263	128	128	15	15	0	0	100	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2017

Berdasarkan data tersebut, dengan jumlah responden 100 orang terhadap pertanyaan pada kuesioner yang menjawab sangat setuju sebanyak 94 orang, yang menjawab setuju sebanyak 263 orang, yang menjawab netral sebanyak 128 orang, yang menjawab tidak setuju sebanyak 15 orang, sedangkan yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 0 orang.

2. Uji Asumsi Klasik

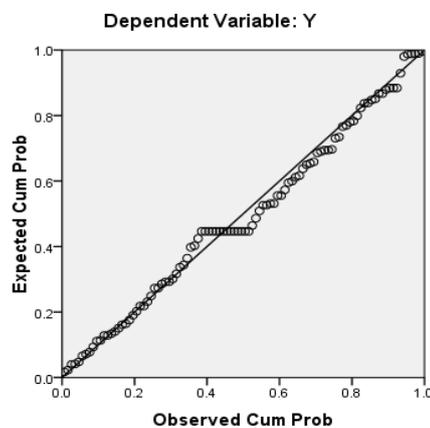
1) Uji Normalitas

Pengujian normalitas data, dalam penelitian ini hanya akan dideteksi melalui grafik yang dihasilkan melalui perhitungan regresi linier berganda dengan SPSS 16.0. Data yang normal dilihat dengan sebaran titik-titik di seputar garis diagonal. Hasil pengujian dapat dilihat pada gambar 4.1 sebagai berikut :

Gambar 4.1

Hasil Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Berdasarkan pada gambar 4.1 dapat dikatakan bahwa data yang digunakan menunjukkan indikator internal. Analisis grafik di atas terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Adapun hasil perhitungan uji *Kolmogorof-smirnov* adalah sebagai berikut :

Tabel 4.12
Hasil Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.68701400
Most Extreme Differences	Absolute	.074
	Positive	.074
	Negative	-.066
Kolmogorov-Smirnov Z		.740
Asymp. Sig. (2-tailed)		.645
a. Test distribution is Normal.		

Sumber : Hasil Pengolahan Data

Berdasarkan uji *Kolmogorof-smirnov* dapat diketahui bahwa seluruh variabel memiliki nilai sig > 0,05, ini berarti bahwa semua data berdistribusi dengan normal.

2) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam suatu

model. Kemiripan antar variabel independen akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Selain itu untuk uji ini juga untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial (uji t) masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Jika VIF yang dihasilkan diantara 1-10 maka tidak terjadi multikolinieritas. Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel 4.13 sebagai berikut :

Tabel 4.13
Hasil Uji Multikolinieritas

		Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.012	1.780		4.500	.000		
	X1	.171	.099	.157	1.727	.000	.788	1.268
	X2	.734	.129	.517	5.689	.000	.788	1.268

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2017

Berdasarkan pada tabel diatas nilai VIF pada kolom collinearity statistics menunjukkan angka sebesar 1,268 dan nilai tersebut masih diantara 1-10 artinya kedua variabel bebas kepercayaan dan komitmen nasabah tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi ini.

3) Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi untuk mengetahui ada tidaknya korelasi anatar data variabel pengamatan. Uji Durbin Watson adalah cara untuk mendeteksi

autokorelasi. Dengan melihat jika angka DW bernilai <1 atau <3 . Hasil pengujian dapat dilihat dari tabel 4.14 sebagai berikut :

Tabel 4.14
Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.606 ^a	.367	.354	1.704	1.677

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2017

Berdasarkan pada tabel diatas, nilai Durbin watson dilihat pada kolom paling kanan “durbin watson” sebesar 1,677. Terjadi autokorelasi jika angka DW bernilai <1 Atau <3 , perhitungan didasarkan hasil observasi menghasilkan nilai 1,677, >1 dan <3 dengan demikian tidak terjadi autokorelasi.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh hubungan linier antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen. Dapat dilihat pada tabel 4.15 sebagai berikut :

Tabel 4.15
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	T	Sig.
-------	-----------------------------	---------------------------	---	------

		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.012	1.780		4.500	.000
	X1	.171	.099	.157	1.727	.000
	X2	.734	.129	.517	5.689	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2017

Berdasarkan tabel diatas, dapat dikemukakan nilai koefisien dari persamaan regresi. Dalam kasus ini, persamaan regresi linier berganda yang digunakan adalah :

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

$$\text{Loyalitas Nasabah} = 8,012 + 0,171 X_1 + 0,734 X_2$$

maka dapat diketahui bahwa regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah positif, dimana :

1. Konstanta (α) = sebesar 8,012 yang menyatakan jika tidak ada kepercayaan dan komitmen nasabah, maka besarnya loyalitas nasabah sebesar 8.012
2. $b_1 X_1$ = sebesar 0,171 yang memberikan arti bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Syariah Palembang. Hal ini menunjukkan bahwa dengan setiap penambahan 1 Skor tanggapan responden mengenai kepercayaan maka akan mempengaruhi loyalitas nasabah di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Syariah Palembang sebesar 0,171

3. $b_2X_2 = 0,734$ yang memberikan arti bahwa komitmen nasabah berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Syariah Palembang. Hal ini menunjukkan bahwa setiap penambahan 1 Skor tanggapan responden mengenai komitmen nasabah maka akan mempengaruhi loyalitas nasabah yakni sebesar 0,734

Berdasarkan hasil persamaan regresi di atas maka dapat diketahui Koefisien regresi variabel kepercayaan dan komitmen nasabah bernilai positif hal ini dapat menunjukkan kepercayaan dan komitmen nasabah berpengaruh positif sehingga adanya peningkatan terhadap loyalitas nasabah.

E. Uji Hipotesis

1. Uji T

Untuk menguji apakah variabel independent terhadap variabel dependen dalam mode regresi linier berganda, maka dilakukan uji T. Uji T digunakan untuk melihat adanya pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap dependen. Apabila t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka diterima hipotesis yang diajukan. Pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05 dari 2 sisi dapat dilihat pada tabel 4.16 sebagai berikut :

Tabel 4.16

Hasil Perhitungan Uji T

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	8.012	1.780		4.500	.000
	X1	.171	.099	.157	1.727	.000
	X2	.734	.129	.517	5.689	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2017

Berdasarkan data diatas pengaruh dari masing-masing variabel kepercayaan dan komitmen nasabah terhadap loyalitas nasabah dapat dilihat dari arah tanda dan tingkat signifikan (probabilitas). Jika tingkat signifikansinya $< 0,05$ dan t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} maka dapat dikatakan bahwa variabel tersebut berpengaruh dan signifikan. Hal ini dapat diuraikan sebagai berikut.

1) Pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Syariah Palembang

Dari hasil pengujian parsial (uji t) antara variabel kepercayaan terhadap loyalitas nasabah di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Syariah Palembang menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 1,727 $> t_{tabel}$ 1,660 serta memiliki signifikansi sebesar 0,00 yang lebih kecil dari 0,05, hal ini berarti bahwa kepercayaan (X_2) berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah di Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Syariah Palembang.

Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel kepercayaan (X_1) dapat menerangkan variabel terikatnya yaitu kepercayaan terhadap loyalitas nasabah di Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Syariah Palembang.

2) Pengaruh komitmen nasabah terhadap loyalitas nasabah di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Syariah Palembang

Dari hasil pengujian parsial (uji t) antara variabel komitmen nasabah terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Syariah Palembang menunjukkan nilai t_{hitung} 5,689 > t_{tabel} 1,660 serta memiliki nilai signifikansi sebesar 0,00 yang lebih kecil dari 0,05, hal ini berarti bahwa komitmen nasabah (X_2) berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah di Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Syariah Palembang.

Berdasarkan data di atas dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel komitmen nasabah (X_2) dapat menerangkan variabel terikatnya yaitu komitmen nasabah terhadap loyalitas nasabah di Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Syariah Palembang.

2. Uji F

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependennya. Uji F dilakukan dengan cara membandingkan nilai F_{hitung} dengan nilai F_{tabel} . Hasil pengujian dengan menggunakan *SPSS 16.0 (Statistical Package of Social Science)*. Dapat dilihat pada tabel berikut dengan tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Hasil perhitungan uji F dapat dilihat pada tabel 4.17 sebagai berikut ini :

Tabel 4.17**Hasil Uji F**

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	163.484	2	81.742	28.141	.000 ^a
	Residual	281.756	97	2.905		
	Total	445.240	99			

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2017

Berdasarkan dari hasil regresi dapat diketahui bahwa secara bersama-sama variabel independen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen. Hal ini dibuktikan dari nilai F_{hitung} sebesar 28,141 > F_{tabel} 3,09 dengan nilai signifikansi (sig) sebesar 0,000. Karena nilai signifikansi (sig) jauh lebih kecil dari 0,05 maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi bahwa kepercayaan dan komitmen nasabah secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Syariah Palembang.

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji determinasi (R^2) pada intinya seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel dependen amat terbatas. Adapun hasil olahan data dengan menggunakan program *SPPS 16.0 (Statistical Package of Social Science 16.0)* dapat dilihat di tabel 4.18 sebagai berikut :

Tabel 4.18
Hasil Uji R² (Determinasi)

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.606 ^a	.367	.354	1.704

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2017

Berdasarkan hasil pengujian diatas menjelaskan variabel independen yang ditunjukkan oleh nilai R Square (R²) atau kuadrat dari R, yaitu sebesar 0,367 artinya persentase membangun pengaruh kepercayaan dan komitmen nasabah terhadap loyalitas nasabah sebesar 36,7% sedangkan sisanya 100% - 36,7% = 63,3% yang dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

F. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah di PT. Bank

Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Syariah Palembang

Dari hasil perhitungan regresi, maka diperoleh koefisien 0,171, selain itu memiliki $t_{hitung} 1,727 > t_{tabel} 1,660$ dan memiliki nilai signifikansi 0,00 < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa kepercayaan pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah, dan dapat diketahui pula bahwa variabel bebas yang paling berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Syariah Palembang adalah variabel kepercayaan.

Berdasarkan hasil analisis validitas dapat dilihat bahwa 5 *Item* pernyataan kuesioner memiliki nilai $r > 0,1966$ maka semua *item* dapat dinyatakan valid.

Berdasarkan hasil analisis realibilitas dapat dilihat bahwa variabel kepercayaan sebesar 0,626 dan variabel loyalitas nasabah sebesar 0,628 sehingga dapat disimpulkan bahwa *Cronbach Alpha* untuk masing-masing variabel leboh besar dari 0,60 sehingga dapat dinyatakan *reliable*.

Kepercayaan memberikan pengaruh sebesar 35,4% terhadap loyalitas nasabah di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Syariah Palembang, sedangkan sisanya dipengaruhi faktor-faktor lain sebesar 63,3%. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan memberikan pengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Dengan demikian, kepercayaan mampu meningkatkan loyalitas nasabah, sehingga tercapainya tujuan dari PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Syariah Palembang.

2. Pengaruh Komitmen Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah di PT.

Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Syariah

Palembang

Dari hasil perhitungan regresi, maka diperoleh koefisien 0,734, selain itu memiliki $t_{hitung} 5,689 > t_{tabel} 1,660$ dan memiliki nilai signifikansi $0,00 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa komitmen nasabah pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah, dan dapat diketahui pula bahwa variabel bebas yang paling berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di PT. Bank

Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Syariah Palembang adalah variabel komitmen nasabah.

Berdasarkan hasil analisis validitas dapat dilihat bahwa 5 *Item* pernyataan kuesioner memiliki nilai $r > 0,1966$ maka semua *item* dapat dinyatakan valid.

Berdasarkan hasil analisis realibilitas dapat dilihat bahwa variabel kepercayaan sebesar 0,621 dan variabel loyalitas nasabah sebesar 0,628 sehingga dapat disimpulkan bahwa *Cronbach Alpha* untuk masing-masing variabel lebih besar dari 0,60 sehingga dapat dinyatakan *reliable*.

Komitmen nasabah memberikan pengaruh sebesar 35,4% terhadap loyalitas nasabah di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Syariah Palembang, sedangkan sisanya dipengaruhi faktor-faktor lain sebesar 63,3%. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan memberikan pengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Dengan demikian, komitmen nasabah mampu meningkatkan loyalitas nasabah, sehingga tercapainya tujuan dari PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Syariah Palembang.

3. Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Syariah Palembang

Berdasarkan hasil analisis dari persamaan regresi linier berganda, yaitu $Y = 8,012 + 0,171 X_1 + 0,734 X_2$, menyatakan bahwa konstanta sebesar 8,012 ini berarti jika kepercayaan dan komitmen nasabah konstan (0) maka nilai

loyalitas nasabah sebesar 8,012 hal ini menunjukkan bahwa pengaruh kepercayaan dan komitmen nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Syariah Palembang. Karena jika tidak ada kepercayaan dan komitmen nasabah maka loyalitas nasabah sangatlah kecil sebesar 8,012, selain itu semua variabel memiliki t_{hitung} yang lebih besar dari t_{tabel} dan f_{hitung} yang lebih besar dari f_{tabel} serta memiliki nilai signifikansi lebih kecil dari pada 0,05, hal ini menunjukkan bahwa **Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Syariah Palembang baik secara Parsial maupun Simultan.**

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari rumusan masalah yang diajukan, analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulannya sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil uji parsial T pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah diperoleh koefisien regresi 0,171 dan t_{hitung} sebesar 1,727 dengan signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$. Jadi dapat disimpulkan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Syariah Palembang.
2. Berdasarkan hasil uji parsial T pengaruh komitmen nasabah terhadap loyalitas nasabah diperoleh koefisien regresi 0,734 dan t_{hitung} sebesar 5,689 dengan signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$. Jadi dapat disimpulkan komitmen nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Syariah Palembang.
3. Berdasarkan hasil uji simultan (uji F) menunjukkan bahwa nilai F-hitung sebesar 28,141 dengan signifikansi sebesar 0,000. Apabila dibandingkan dengan tingkat signifikansi yang diharapkan yaitu 5% berarti signifikansi F-hitung lebih kecil dari tingkat signifikansi yang diharapkan ($0,000 < 5\%$). Dengan demikian kepercayaan dan komitmen nasabah secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

B. Saran

Berdasarkan hasil peneliti tersebut, masih terdapat beberapa hal yang masih belum optimal, sehingga peneliti dapat memberi saran sebagai berikut:

1. Bagi PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Syariah Palembang mampu mempertahankan atau bahkan meningkatkan lagi faktor-faktor yang mendukung kepercayaan seperti kinerja pelayanan terbaik. Dan disarankan lebih meningkatkan lagi faktor-faktor yang mendukung seperti perasaan nyaman ketika bertransaksi karyawan yang komunikatif dan perhatian terhadap nasabah. Dan juga PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Syariah Palembang dalam membangun kepercayaan nasabah yaitu membina hubungan baik antar nasabah dalam jangka panjang. Karena semakin tinggi tingkat kepercayaan yang diberikan kepada nasabah maka semakin tinggi pada tingkat loyalitasnya. Serta upaya PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Syariah Palembang dalam membangun komitmen nasabah yaitu didalamnya terdapat suatu hubungan yang berharga yang perlu dipertahankan terus, dimana masing-masing pihak bersedia bekerja sama untuk mempertahankan hubungan antar nasabah dan PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Syariah Palembang.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya
 - a. Bagi Penelitian selanjutnya yang berkeinginan meneliti mengenai loyalitas di lembaga keuangan, sebagai bahan penelitian sebaiknya menambahkan jumlah variabel-variabel independen yang disinyalir

mempunyai pengaruh terhadap loyalitas seperti citra lembaga, lokasi, bagi hasil, persepsi ke syariah sehingga penelitian mengenai loyalitas semakin berkembang.

- b. Penelitian selanjutnya dapat memperbaiki keterbatasan yang ada dalam penelitian ini dan memperbanyak jumlah sampel dan cara pengambilan data untuk mendapatkan hasil yang menyeluruh.

DAFTAR PUSTAKA

- Alifuddin, dan Mashur Razak. 2015. *Kewirausahaan Teori dan Aplikasi*. Jakarta: MAGNAScript Publishing
- Dharmmesta, B.S. 1999. “Loyalitas Pelanggan: Sebuah Kajian Konseptual Sebagai Panduan Bagi Peneliti.” *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*. 14(3), 73 – 88
- Faris Mujaddid Adinugroho. 2015. Pengaruh Kepercayaan Pelanggan, Komitmen Pelanggan dan Komunikasi *Word Of Mouth* Terhadap Loyalitas Pelanggan Minimarket : Skripsi Tidak Diterbitkan .
- Hurriyati Ratih. 2015. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta
- Hasibuan Malayu. 2004. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Juliansyah Noor. 2012. *Metodelogi Penelitian*. Jakarta: Prenamedia Group
- Kasmir. 2002. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Muhamad. 2008. *Metode Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali Pers
- Mulyo Budi Setiawan. 2007. Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Komitmen terhadap Loyalitas Nasabah PD. BPR Bank Pasar Kendal : Tugas Akhir Tidak diterbitkan

- Morgan, R.M. dan S.D. Hunt. 1994. "The Commitment Kepercayaan Theory of Relationship Marketing," *Journal of Marketing*. 58 (3). 20 – 23
- Philip Kotler. Et.al. 2008. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Penerbit Erlangga
- Puguh Setyawan. 2013. Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, Harga dan Keluhan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan Kantor Pos Surakarta. Surakarta: Tugas Akhir Tidak Diterbitkan.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Alfabeta
- Sugiyono. 2013. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Siregar Sofyan. 2015. *Statistika Terapan Untuk Perguruan Tinggi*. Jakarta
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*, Bandung: Alfabeta
- Somad Rismi, dan Priansa Donni Juni. 2014. *Manajemen Komunikasi*, Bandung: Alfabeta
- Tari Utami. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank BNI Syariah Kantor Cabang Syariah Palembang. Program Diploma Perbankan Syariah : Tugas Akhir Tidak Diterbitkan
- Uvi Susanti. 2015. Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Anggota *Baitul Maal Wat Tamwil* (BMT) Surya Barokah. Program Diploma Perbankan Syariah : Tugas Akhir Tidak Diterbitkan

V. Wiratna Sujarweni. 2016. *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta :
Pustakabarupress

Wandira. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada
Asuransi Jiwa Bersama (AJB) Bumiputera Syariah Palembang.
Sarjana Ekonomi Islam: Skripsi Tidak Diterbitkan

<http://www.btn.co.id/id/Syariah/Tentang-Kami/Profil-BTN-Syariah> (14 April 2017)

<http://www.konsistensi.com/2013/07/uji-normalitas-rumus-kolmogrov-smirnov.html?m=1> (16 April 2017)



PROGRAM STUDI D3 PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN FATAH PALEMBANG

Jl. Prof. KH Zainal Abidin Fikri KM 3,5 Telp. (0711), Fax. (0711) 354668, Website: <http://radenfatah.ac.id>

DAFTAR KONSULTASI TUGAS AKHIR

Nama : Rizki Citra Permata
Nim : 14180182
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Palembang
Pembimbing I : Rudi Aryanto, S.Si., M.Si
NIP : 197501012006041001

No.	Tanggal	Konsultasi	Paraf
	17/3/2017	bagian rumusan pada uji statistik	R
		instrumen penelitian include : Definisi variabel	R
	21/3/2017	acc penelitian	R
	19/4/2017	pelajari teori serta jurnal-jurnal yang relevan	R
	20/4/2017	acc ajun Managemen	R



**PROGRAM STUDI D3 PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN FATAH PALEMBANG**

Jl. Prof. KH Zainal Abidin Fikri KM 3,5Telp. (0711), Fax. (0711) 354668, Website: <http://radenfatah.ac.id>

DAFTAR KONSULTASI TUGAS AKHIR

Nama : Rizki Citra Permata
Nim : 14180182
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Palembang
Pembimbing II : Muhammadiyah, SE., M.Si
NIP : 150601091852/BLU

No.	Tanggal	Konsultasi	Paraf
	15 Maret 2017	<p>BAB I :</p> <ol style="list-style-type: none">1. Tambahkan uraian penjelasan mengenai gambaran umum variabel Penelitian di latar belakang.2. Tambahkan hasil penelitian jurnal di latar belakang yang mendukung variabel penelitian.3. Teknik Penulisan4. Manfaat Penulisan <p>BAB II :</p> <ol style="list-style-type: none">1. Teori diurutkan sesuai judul2. Penulisan sumber pustaka3. Hipotesis Penulisan4. Kerangka pemikiran5. Populasi hrs jelas6. Sampling & Teknik sampling7. Teknik Analisis8. Uji Hipotesis<ol style="list-style-type: none">1. Uji t2. Uji f3. Uji k4. Uji R²	



PROGRAM STUDI D3 PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN FATAH PALEMBANG

Jl. Prof. KH Zainal Abidin Fikri KM 3,5 Telp. (0711), Fax. (0711) 354668, Website: <http://radenfatah.ac.id>

DAFTAR KONSULTASI TUGAS AKHIR

Nama : Rizki Citra Permata
Nim : 14180182
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Palembang
Pembimbing II : Muhammadiyah, SE., M.Si
NIP : 150601091852/BLU

No.	Tanggal	Konsultasi	Paraf
	24-03-2017	Perbaikan : 1. Teknik Penulisan 2. kerangka pemikiran 3. Hipotesis 4. populasi Sampel Teknik sampling	
	25-03-2017	Acc bab 1 Acc bab 2 Acc bab 3	
	17-04-2017	Perbaikan : - Statistik Deskriptif - Heteroskedastisitas - Komitmen Multi-Kelompok - Pembahasan Kesimpulan - Saran	



**PROGRAM STUDI D3 PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN FATAH PALEMBANG**

Jl. Prof. KH Zainal Abidin Fikri KM 3,5Telp. (0711), Fax. (0711) 354668, Website:<http://radenfatah.ac.id>

DAFTAR KONSULTASI TUGAS AKHIR

Nama : Rizki Citra Permata
Nim : 14180182
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Palembang
Pembimbing II : Muhammadiyah, SE., M.Si
NIP : 150601091852/BLU

No.	Tanggal	Konsultasi	Paraf
	19-04-2017	Ace bab IV Ace bab V Ace ujian Munagonyah	 

DAFTAR PERTANYAAN

KUESIONER

Kepada Yth,

Bapak/Ibu/Sdr/i Nasabah di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor
Cabang Syariah Palembang.

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Kuesioner ini disusun dalam rangka penyusunan Tugas Akhir yang merupakan syarat kelulusan D3 Perbankan Syariah di Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang :

Nama : Rizki Citra Permata

Nim : 14180182

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Kuesioner ini dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana “Pengaruh Kepercayaan dan Komitmen Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Palembang”. Kuesioner ini digunakan untuk kepentingan ilmiah, kerahasiaan identitas Bapak/Ibu/Sdr/i akan tetap terjaga.

Bantuan Bapak/Ibu/Sdr/i merupakan hal yang sangat berharga bagi peneliti, oleh karena itu atas kesediaan dan kerjasamanya saya ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum. Wr.Wb

Hormat saya,

Rizki Citra Permata

KUESIONER

Bagian A

Pertanyaan Profil Responden

Berilah Tanda Silang (X) pada huruf yang mewakili jawaban anda

1. Jenis Kelamin
 - a. Laki-Laki
 - b. Perempuan

2. Usia
 - a. 17-25 tahun
 - b. 26-35 tahun
 - c. 36-45 tahun
 - d. > 45 tahun

3. Pendidikan Terakhir
 - a. SD
 - b. SMP
 - c. SMA/SMK
 - d. Perguruan Tinggi

4. Pekerjaan
 - a. Wiraswasta/Pedagang
 - b. Pegawai Swasta
 - c. PNS
 - d. Pelajar/Mahasiswa
 - e. Lainnya.....

Bagian B

Buatlah tanda centang (√) pada salah satu jawaban yang paling tepat sesuai

kriteria jawaban :

SS : Sangat Setuju **STS** : Sangat Tidak Setuju **S** : Setuju

TS : Tidak Setuju **N** : Netral

KEPERCAYAAN						
No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Karyawan PT. BTN Kantor Cabang Syariah selalu menunjukkan bukti transaksi kepada nasabah					
2	PT. BTN Kantor Cabang Syariah Palembang memberi kemudahan pada proses transaksi					
3	PT. BTN Kantor Cabang Syariah Palembang mampu mengatasi masalah yang dihadapi nasabah					
4	PT. BTN Kantor Cabang Syariah Palembang mampu memberikan perlindungan dan keselamatan terhadap nasabah					
5	PT. BTN Kantor Cabang Syariah Palembang menerima kritik dan saran dari nasabah					

KOMITMEN NASABAH						
No.	Penyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Nasabah merasa bangga bisa bekerjasama dengan PT. BTN Kantor Cabang Syariah Palembang					
2	Nasabah berkomitmen melanjutkan transaksi di PT.					

	BTN Kantor Cabang Syariah Palembang					
3	Berat bagi saya apabila tidak menggunakan produk/jasa di PT. BTN Kantor Cabang Syariah Palembang					

LOYALITAS NASABAH						
No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Nasabah Menggunakan jasa bank berulang-ulang lebih dari 2 kali di PT. BTN Kantor Cabang Syariah Palembang					
2	Nasabah PT. BTN Kantor Cabang Syariah Palembang tidak terpengaruh oleh produk/jasa bank lain					
3	Nasabah memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk menggunakan produk/jasa di PT. BTN Kantor Cabang Syariah Palembang					
4	PT. BTN Kantor Cabang Syariah Palembang merupakan salah satu bank terbaik					
5	Nasabah percaya bahwa PT. BTN Kantor Cabang Syariah Palembang bisa memberikan pelayanan yang memuaskan					

TERIMA KASIH ATAS BANTUAN ANDA

LAMPIRAN

```

REGRESSION
/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT Y
/METHOD=ENTER X1 X2
/SCATTERPLOT=(*SDRESID ,*ZPRED)
/RESIDUALS HIST(ZRESID) NORM(ZRESID)

/SAVE RESID.

```

Reliability

[DataSet0]

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.626	5

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
19.34	4.368	2.090	5

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
P1	4.07	.607	100
P2	4.11	.530	100
P3	3.79	.686	100
P4	3.70	.577	100
P5	3.67	.853	100

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	15.27	3.270	.332	.594
P2	15.23	3.290	.415	.563
P3	15.55	2.957	.399	.562
P4	15.64	3.283	.359	.583
P5	15.67	2.486	.429	.554

RELIABILITY
/VARIABLES=P1 P2 P3

```

/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE

/SUMMARY=TOTAL.

```

Reliability

[DataSet0]

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.621	3

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
11.31	2.762	1.662	3

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
P1	3.84	.677	100
P2	3.77	.633	100
P3	3.70	.870	100

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	7.47	1.524	.465	.508
P2	7.54	1.625	.456	.502
P3	7.61	1.230	.401	.602

RELIABILITY
/VARIABLES=P1 P2 P3 P4 P5

```

/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE

/SUMMARY=TOTAL.

```

Reliability

[DataSet0]

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.628	5

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
19.48	5.161	2.272	5

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
P1	3.86	.697	100
P2	3.70	.785	100
P3	4.00	.603	100
P4	3.92	.692	100
P5	4.00	.791	100

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	15.62	4.097	.205	.655
P2	15.78	3.628	.307	.615
P3	15.48	3.666	.490	.531
P4	15.56	3.239	.580	.472
P5	15.48	3.424	.379	.577

REGRESSION

```

/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT Y
/METHOD=ENTER X1 X2
/SCATTERPLOT=(*SDRESID ,*ZPRED)
/RESIDUALS HIST(ZRESID) NORM(ZRESID)

/SAVE RESID.

```

Regression

[DataSet0]

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X2, X1 ^a	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Y

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.606 ^a	.367	.354	1.704

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	163.484	2	81.742	28.141	.000 ^a
Residual	281.756	97	2.905		
Total	445.240	99			

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8.012	1.780		4.500	.000
X1	.171	.099	.157	1.727	.007
X2	.734	.129	.517	5.689	.000

a. Dependent Variable: Y

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	15.31	21.87	19.26	1.285	100
Std. Predicted Value	-3.070	2.029	.000	1.000	100
Standard Error of Predicted Value	.176	.664	.280	.093	100
Adjusted Predicted Value	15.09	21.86	19.26	1.295	100
Residual	-3.614	4.505	.000	1.687	100
Std. Residual	-2.121	2.643	.000	.990	100
Stud. Residual	-2.290	2.658	.000	1.008	100
Deleted Residual	-4.213	4.556	-.001	1.749	100
Stud. Deleted Residual	-2.342	2.746	.001	1.019	100

Mahal. Distance	.066	14.05 7	1.980	2.367	100
Cook's Distance	.000	.290	.013	.033	100
Centered Leverage Value	.001	.142	.020	.024	100

a. Dependent Variable: Y

```

REGRESSION
/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS BCOV R ANOVA COLLIN TOL
/CRITERIA=PIN(0.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT Y
/METHOD=ENTER X1 X2
/SCATTERPLOT=(*SDRESID ,*ZPRED)

/RESIDUALS HIST(ZRESID) NORM(ZRESID) .

```

Regression

[DataSet0]

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X2, X1 ^a	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Y

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.606 ^a	.367	.354	1.704

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	163.484	2	81.742	28.141	.000 ^a
	Residual	281.756	97	2.905		
	Total	445.240	99			

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	8.012	1.780		4.500	.000		
X1	.171	.099	.157	1.727	.087	.788	1.268
X2	.734	.129	.517	5.689	.000	.788	1.268

a. Dependent Variable: Y

```

REGRESSION
  /MISSING LISTWISE
  /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
  /CRITERIA=PIN(0.05) POUT(.10)
  /NOORIGIN
  /DEPENDENT Y
  /METHOD=ENTER X1 X2

  /RESIDUALS DURBIN.

```

Regression

[DataSet0]

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X2, X1 ^a	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Y

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.606 ^a	.367	.354	1.704	1.677

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	163.484	2	81.742	28.141	.000 ^a
	Residual	281.756	97	2.905		
	Total	445.240	99			

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	8.012	1.780		4.500	.000
	X1	.171	.099	.157	1.727	.000
	X2	.734	.129	.517	5.689	.000

a. Dependent Variable: Y

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	15.31	21.87	19.26	1.285	100
Residual	-3.614	4.505	.000	1.687	100
Std. Predicted Value	-3.070	2.029	.000	1.000	100
Std. Residual	-2.121	2.643	.000	.990	100

a. Dependent Variable: Y

NPar Tests

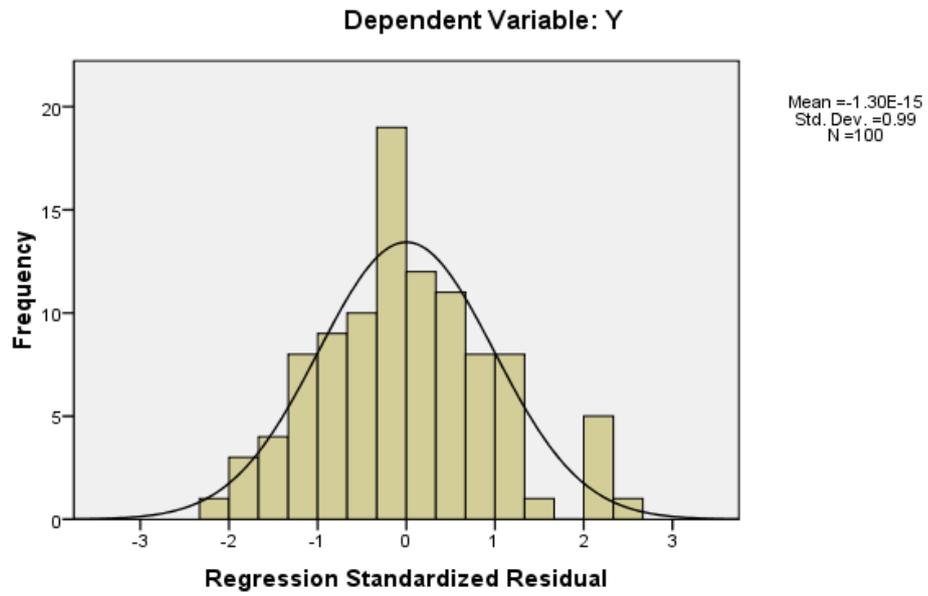
[DataSet0]

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.68701400
Most Extreme Differences	Absolute	.074
	Positive	.074
	Negative	-.066
Kolmogorov-Smirnov Z		.740
Asymp. Sig. (2-tailed)		.645
a. Test distribution is Normal.		

Charts

Histogram



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

