

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Bri Syariah KCP Ponorogo

Berawal dari akuisisi PT. Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk terhadap Bank Arta Jasa pada 19 Desember 2007 dan setelah mendapatkan izin dari Bank Indonesia pada 16 Oktober 2008 melalui suratnya 10/67/KEP/GBI/DpG/2008, maka pada tanggal 17 November 2008 PT. Bank BRI Syariah secara resmi beroperasi. Kemudian PT. Bank BRI Syariah merubah kegiatan usaha yang semula konvensional, kemudian diubah berdasarkan prinsip syariah islam. Dua tahun lebih PT. Bank BRI Syariah hadir mempersembahkan sebuah bank ritel modern terkemuka dengan layanan finansial sesuai kebutuhan nasabah dengan pelayanan prima (excellent service) dan menawarkan beragam produk yang sesuai harapan nasabah dengan prinsip syariah. Kehadiran PT. Bank BRI Syariah di tengah-tengah industri perbankan nasional dipertegas oleh makna pada cahaya yang mengikuti logo perusahaan. Logo ini menggambarkan keinginan dan tuntutan masyarakat dalam kehidupan modern. Kombinasi warna yang digunakan merupakan turunan dari warna merah dan putih sebagai benang merah dengan brand PT Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk.

Aktivitas PT. Bank BRI Syariah semakin kokoh setelah pada 19 Desember 2008 ditandatangani akta pemisahan Unit Usaha Syariah PT. Bank Rakyat Indonesia untuk melebur kedalam PT. Bank BRI Syariah (proses

spin off) yang berlaku efektif pada 1 Januari 2009. Penandatanganan dilakukan oleh Bapak Sofyan Basir selaku Direktur Utama PT Bank Rakyat Indonesia Tbk dan Bapak Ventje Rahardjo selaku direktur utama PT Bank BRI Syariah. Saat ini PT. Bank BRI Syariah menjadi bank syariah ketiga terbesar berdasarkan asset PT Bank BRI Syariah tumbuh dengan pesat baik dari sisi asset, jumlah pembiayaan dan perolehan dana pihak ketiga. Dengan berfokus pada segmen menengah bawah, PT Bank BRI Syariah menargetkan ritel modern terkemuka dengan berbagai ragam produk dan layanan perbankan. Sesuai dengan visinya, saat ini PT Bank BRI Syariah merintis sinergi dengan PT Bank Rakyat Indonesia dengan memanfaatkan jaringan kerja PT Bank BRI sebagai kantor layanan syariah dalam mengembangkan bisnis yang berfokus kepada kegiatan penghimpunan dana masyarakat dan kegiatan consumer berdasarkan prinsip syariah.

B. Hasil Pengujian Instrumen (Validitas dan Reliabilitas)

1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

a. Uji Validitas

Pengujian pada item - item pernyataan yang diujikan pada responden diuji dengan uji validitas, pengujian vaaliditas dimaksudkan untukmenentukan suatu item layak digunakan atau tidak dalam penelitian. Teknik analisis yang digunakan dalam uji validitas

dilakukan dengan menggunakan *pearson correlation* dan bantuan *software SPSS for window Versi 20*. Dari uji validitas didapatkan hasil sebagai berikut :

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas

Variabel	Butir Pernyataan	Corrected Item- Total Correlation	Keterangan
Komunikasi	Pernyataan 1	,593	Valid
	Pernyataan 2	,565	Valid
	Pernyataan 3	,448	Valid
	Pernyataan 4	,353	Valid
	Pernyataan 5	,601	Valid
	Pernyataan 6	,537	Valid
	Pernyataan 7	,406	Valid
	Pernyataan 8	,487	Valid
	Pernyataan 9	,406	Valid
	Pernyataan 10	,515	Valid
	Pernyataan 1	,533	Valid

Kepuasan	Pernyataan 2	,569	Valid
	Pernyataan 3	,423	Valid
	Pernyataan 4	,403	Valid
	Pernyataan 5	,493	Valid
	Pernyataan 6	,456	Valid
	Pernyataan 7	,405	Valid
	Pernyataan 8	,602	Valid
	Pernyataan 9	,564	Valid
	Pernyataan 10	,439	Valid
Loyalitas	Pernyataan 1	,319	Valid
	Pernyataan 2	,340	Valid
	Pernyataan 3	,308	Valid
	Pernyataan 4	,376	Valid
	Pernyataan 5	,467	Valid
	Pernyataan 6	,415	Valid
	Pernyataan 7	,441	Valid
	Pernyataan 8	,438	Valid

	Pernyataan 9	,318	Valid
	Pernyataan 10	,371	Valid

Sumber: data SPSS penelitian diolah, 2019

Berdasarkan pada tabel di atas, seluruh item pada setiap variabel adalah valid karena nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dibandingkan 0,3. Sehingga, dalam penelitian ini semua item dalam instrumen memenuhi persyaratan validitas secara statistik serta dapat mengukur dengan tepat dan cermat.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah pengujian untuk menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama. Untuk menghitung reabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien *Croanbach Alpha*. Dari uji reliabilitas dengan bantuan *software SPSS for window Versi 20* didapatkan hasil sebagai berikut :

Tabel 4.2
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Croanbach Alpha</i>	Keterangan
Komunikasi	,806	Reliabel
Kepuasan	,807	Reliabel

Loyalitas	,720	Reliabel
-----------	------	----------

Sumber: data SPSS penelitian diolah, 2019

Berdasarkan tabel di atas, nilai *croanbach alpha* untuk masing masing variabel-variabel adalah sebagai berikut:

- 1) Komunikasi reliabel, hal ini dapat diketahui dari nilai *croanbach alpha* yang reliabel yaitu 0,81 – 1,00. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa untuk variabel komunikasi mempunyai nilai 0,806.
- 2) Kepuasan reliabel, hal ini dapat diketahui dari nilai *croanbach alpha* yang reliabel yaitu 0,81 – 1,00. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa untuk variabel kepuasan mempunyai nilai 0,807.
- 3) Loyalitas reliabel, hal ini dapat diketahui dari nilai *croanbach alpha* yang reliabel yaitu 0,61 – 0,80. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa untuk variabel loyalitas mempunyai nilai 0,720.

C. Hasil Pengujian Deskripsi

Untuk mendapatkan gambaran umum mengenai latar belakang sampel penelitian, maka pada sub bab ini akan disampaikan hal-hal penting dalam penafsiran penelitian. gambaran sampel akan dibahas berupa jenis kelamin, usia, pendidikan dan pekerjaan. Responden dalam penelitian ini adalah nasabah tabungan BRI Syariah KCP Ponorogo dengan jumlah 10.270 nasabah, karena keterbatasan waktu dan biaya maka penulis hanya mengambil sampel 100 responden yang secara umum dapat dideskripsikan sebagai berikut:

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Laki-laki	45	45%
2	Perempuan	55	55%
	Total	100	100%

Sumber: data primer penelitian diolah, 2019

Dari tabel 4.3 diketahui bahwa, karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin pada Bank BRI Syariah Ponorogo didominasi oleh responden perempuan. Dimana responden dengan jenis kelamin perempuan dalam penelitian ini sebanyak 55 orang atau 55%. Sedangkan sisanya sebesar 45% atau 45 orang responden adalah berjenis kelamin laki-laki. Ada perbandingan jumlah nasabah tabungan laki-laki dan perempuan, dimana nasabah tabungan perempuan lebih banyak 10% dibandingkan laki-laki. Hal tersebut membuktikan bahwa, banyak perempuan yang lebih gemar menabung daripada laki-laki, walaupun perbedaan dalam penelitian ini hanya 10%.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.4

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Persentase (%)
1	Kurang dari 25 tahun	18	18%
2	25 tahun - 40 tahun	49	49%
3	Lebih dari 40 tahun	33	33%
	Total	100	100%

Sumber: data primer penelitian diolah, 2019

Dari tabel 4.4 diketahui bahwa, karakteristik responden berdasarkan usia pada Bank BRI Syariah Ponorogo didominasi oleh responden dengan rentang usia 25 tahun sampai 40 tahun. Dimana usia 25 tahun sampai 40 tahun sebanyak 49 orang atau 49%, usia lebih dari 40 tahun sebanyak 33 orang atau 33%, dan sisanya sebesar 18% atau 18 orang responden adalah usia kurang dari 25 tahun. Tingginya persentase nasabah pada rentang usia 25 tahun sampai 40 tahun membuktikan bahwa pada usia tersebut, orang-orang cenderung lebih produktif dalam mencari uang dan banyak mengalokasikan penghasilannya untuk banyak hal yang wajib dipenuhi, sehingga menabung adalah salah satu solusi meringankan beberapa kewajiban yang wajib dipenuhi.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase (%)
1	SD	8	8%
2	SMP	17	17%
3	SMA	52	52%
4	Diploma/Sarjana	23	23%
	Total	100	100%

Sumber: data primer penelitian diolah, 2019

Dari tabel 4.5 diketahui bahwa, karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir pada Bank BRI Syariah Ponorogo didominasi oleh responden lulusan SMA. Dimana nasabah tabungan lulusan SMA yang menjadi responden dalam penelitian ini sebanyak 52 orang atau 52%, lulusan Diploma/Sarjana sebanyak 23 orang atau 23, lulusan SMP sebanyak 17 orang atau 17%, sedangkan sisanya sebesar 8% atau 8 orang responden adalah lulusan SD. Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir ini menunjukkan bahwa Bank BRI Syariah Ponorogo diminati dari berbagai kalangan, dari kalangan menengah keatas sampai kalangan menengah kebawah.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.6

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
1	Pegawai Negeri Sipil	4	4%
2	Pegawai Swasta	17	17%
3	Wiraswasta	43	43%
4	Pelajar/Mahasiswa	14	14%
5	Ibu Rumah Tangga	22	22%
	Total	100	100%

Sumber: data primer penelitian diolah, 2019

Dari tabel 4.6 diketahui bahwa, karakteristik responden berdasarkan pekerjaan pada Bank BRI Syariah Ponorogo didominasi oleh responden dengan pekerjaan wiraswasta. Dimana nasabah tabungan dengan pekerjaan wiraswasta yang menjadi responden dalam penelitian ini sebanyak 43 orang atau 43%, ibu rumah tangga sebanyak 22 orang atau 22%, pegawai swasta sebanyak 17 orang atau 17%, pelajar/mahasiswa sebanyak 14 orang atau 14%, sedangkan sisanya sebesar 4% atau 4 orang responden adalah

Pegawai Negeri Sipil. Tingginya persentase pekerjaan wiraswasta sebagai pekerjaan paling banyak dimiliki oleh Bank BRI Syariah Ponorogo menunjukkan bahwa, rata-rata nasabah tabungan adalah orang-orang yang memiliki atau membuka usaha sendiri dibidangnya masing-masing, sehingga rata-rata dari mereka mampu menyisihkan sebagian penghasilannya untuk ditabung.

5. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah

Tabel 4.7

Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah

No	Lama Menjadi Nasabah	Jumlah	Persentase (%)
1	Kurang dari 1 tahun	15	15%
2	1 – 3 tahun	21	21%
3	3 – 5 tahun	27	27%
4	Lebih dari 5 tahun	37	37%
	Total	100	100%

Sumber: data primer penelitian diolah, 2019

Dari tabel 4.7 diketahui bahwa, karakteristik responden berdasarkan lama menjadi nasabah pada Bank BRI Syariah Ponorogo didominasi oleh nasabah tabungan yang lebih dari 5 tahun, yakni sebanyak 37 orang atau 37%, lama 3 sampai 5 tahun sebanyak 27 orang atau 27%, lama 1 sampai 3 tahun sebanyak 21 orang atau 21%, sedangkan sisanya sebesar 15% atau 13 orang responden adalah nasabah dengan lama menjadi nasabah kurang dari 1 tahun. Dengan tingginya persentase nasabah tabungan yang telah menabung di Bank BRI Syariah Ponorogo selama 5 tahun lebih, hal ini menunjukkan bahwa banyak diantara nasabah tabungan adalah para nasabah yang loyal yang terus mempercayakan

dananya di Bank BRI Syariah Ponorogo, yang sudah lebih dari 5 tahun atau bahkan belasan tahun.

Dalam penelitian ini terdiri dari 2 variabel bebas yaitu Komunikasi (X_1), Kepuasan (X_2) dan variabel terikatnya adalah Loyalitas dan penelitian nasabah tabungan di Bank BRI Syariah Ponorogo. Berdasarkan hasil penelitian dari empat variabel yang diajukan, dapat diketahui gambaran tanggapan 100 nasabah tabungan sebagai responden. Dan berikut ini adalah tabel dan deskripsi tentang tanggapan dari responden nasabah tabungan:

Tabel 4.8
Data Deskripsi Variabel Komunikasi (X_1)

INDIKATOR / ITEM	SKOR JAWABAN				
	5	4	3	2	1
1. Indikator Persepsi					
a. Teller Bank BRI Syariah Ponorogo selalu benar dalam memprediksi kebutuhan saya sebagai nasabah tabungan	20	59	21	0	0
b. Informasi yang diberikan Bank BRI Syariah Ponorogo kepada saya, dapat saya tanggapi dengan baik	24	75	1	0	0
2. Indikator Ketepatan					0

a. Informasi yang diberikan Bank BRI Syariah Ponorogo tepat sasaran	18	79	3	0	0
b. Saya selalu menanyakan hal-hal baru mengenai produk tabungan Bank BRI Syariah Ponorogo	15	50	32	3	
3. Indikator Kredibilitas					
a. Teller Bank BRI Syariah Ponorogo menyampaikan informasi dengan keyakinan yang tinggi	33	57	10	0	0
b. Saya selalu mempercayai setiap informasi dari Bank BRI Syariah Ponorogo	34	61	5	0	0
4. Indikator Pengendalian					
a. Bank BRI Syariah Ponorogo menanggapi setiap keluhan saya mengenai produk tabungan.	35	56	9	0	0
b. Tanggapan saya mengenai informasi					

tabungan Bank BRI Syariah Ponorogo selalu positif.	39	56	5	0	0
5. Indikator Keharmonisan					
a. Dalam berkomunikasi, Bank BRI Syariah Ponorogo menggunakan tutur kata yang lembut	43	56	1	0	0
b. Komunikasi saya dengan karyawan Bank BRI Syariah Ponorogo terjalin erat dan bersahabat	36	58	6	0	0
TOTAL F	297	607	93	3	0
TOTAL %	29,7%	60,7%	9,3%	0,3%	0%

Sumber: data primer penelitian diolah, 2019

Pada tabel 4.8 dapat diketahui bahwa, dari 100 responden nasabah tabungan jawaban yang tertinggi menyatakan setuju terhadap komunikasi yang dilakukan Bank BRI Syariah Ponorogo. Dimana jawaban setuju sebanyak 607 butir atau 60,7% nasabah yang menjawab setuju, 297 butir atau 29,7% sangat setuju, 93 butir atau 9,3% netral, 3 butir atau 0,3% tidak setuju. Dengan tanggapan setuju pada setiap item pernyataan yang diajukan pada variabel komunikasi menunjukkan, bahwa

komunikasi yang dilakukan Bank BRI Syariah Ponorogo selama ini sudah baik dan mendapatkan tanggapan positif dari nasabah tabungan.

Tabel 4.9
Data Deskripsi Variabel Kepuasan (X_2)

INDIKATOR / ITEM	SKOR JAWABAN				
	5	4	3	2	1
1. Indikator Kualitas Produk					
a. Tabungan Bank BRI Syariah Ponorogo memiliki kualitas yang baik	19	77	4	0	0
a. Buku tabungan dikemas simpel dan menarik	23	75	2	0	0
2. Indikator Harga					
a. Bagi hasil yang diberikan di Bank BRI Syariah Ponorogo sudah sesuai dengan jumlah tabungan nasabah	26	71	3	0	0
b. Biaya administrasi sangat terjangkau					

	41	58	1	0	0
2. Indikator Kualitas Pelayanan					
a. Pelayanan Teller Bank BRI Syariah Ponorogo sangat baik dan ramah	51	47	2	0	0
b. Komputer yang digunakan Teller melayani mempercepat pelayanan	28	63	9	0	0
4. Indikator Faktor Emosi					
a. Saya bangga memiliki produk tabungan di Bank BRI Syariah Ponorogo	23	57	20	0	0
b. Selama ini, hasil tabungan saya di Bank BRI Syariah Ponorogo sangat bermanfaat	44	50	6	0	0

5. Indikator Kemudahan					
a. Transaksi penyetoran dan penarikan tabungan sangat mudah	42	55	3	0	0
a. Transaksi di Bank BRI Syariah Ponorogo sangat mudah	38	59	3	0	0
TOTAL F	33 5	61 2	53	0	0
TOTAL %	33, 5%	61, 2%	5,3 %	0%	0%

Sumber: data primer penelitian diolah, 2019

Pada tabel 4.9 dapat diketahui bahwa, dari 100 responden nasabah tabungan jawaban yang tertinggi menyatakan setuju terhadap setiap item pernyataan pada variabel kepuasan yang peneliti ajukan. Dimana jawaban setuju sebanyak 612 butir atau 61,2% nasabah yang menjawab setuju, 335 butir atau 33,5% sangat setuju, 53 butir atau 5,3% netral. Dengan besarnya tanggapan jawaban setuju pada setiap item pernyataan yang diajukan pada variabel kepuasan menunjukkan bahwa, tingkat kepuasan nasabah tabungan kepada Bank BRI Syariah Ponorogo dalam melakukan setiap transaksi cukup tinggi. Hal tersebut juga terbukti dari banyaknya nasabah tabungan yang ada di Bank BRI Syariah Ponorogo, baik dari yang baru menggunakan jasa tabungan, maupun

nasabah lama yang menggunakan produk tabungan di Bank BRI Syariah Ponorogo.

Tabel 4.10
Data Deskripsi Variabel Loyalitas (Y)

INDIKATOR / ITEM	SKOR JAWABAN				
	5	4	3	2	1
1. Indikator melakukan pembelian secara teratur					
a. Saya tidak tertarik dengan produk tabungan lain diluar Bank BRI Syariah Ponorogo	19	71	9	1	0
b. Saya akan selalu mempercayakan dana tabungan saya di Bank BRI Syariah Ponorogo	29	57	13	1	0
b. Saya menabung di Bank BRI Syariah Ponorogo secara rutin	31	53	13	3	0
2. Indikator membeli diluar lini produk atau jasa					
a. Saya ingin mencoba produk			12	3	0

selain tabungan di Bank BRI Syariah Ponorogo	38	57			
b. Saya ingin memiliki deposito dan pembiayaan di Bank BRI Syariah Ponorogo	30	51	19	0	0
3. Indikator mereferensikan produk perusahaan kepada orang lain					
a. Saya sudah merekomendasikan produk Bank BRI Syariah Ponorogo kepada kerabat/keluarga/teman	31	56	12	1	0
b. Saya akan merekomendasikan produk Bank BRI Syariah Ponorogo kepada kerabat/keluarga/teman	21	61	18	0	0
4. Indikator Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing					
a. Saya sering membicarakan hal hal yang positif tentang Bank BRI Syariah	14	43	43	0	0

Ponorogo					
b. Produk tabungan di Bank BRI Syariah Ponorogo lebih unggul dari Bank Syariah lain di Ponorogo	28	59	13	0	0
c. Banyak keuntungan yang saya rasakan menggunakan produk tabungan					
	31	54	15	0	0
TOTAL F	26 2	56 2	16 7	9	0
TOTAL %	26, 2%	56, 2%	16, 7%	0,9 %	0%

Sumber: data primer penelitian diolah, 2019

Pada tabel 4.10 dapat diketahui bahwa, dari 100 responden nasabah tabungan jawaban yang tertinggi menyatakan setuju terhadap setiap item pernyataan pada variabel loyalitas yang peneliti ajukan. Dimana jawaban setuju sebanyak 562 butir atau 56,2% nasabah yang menjawab setuju, 262 butir atau 26,2% sangat setuju, 167 butir atau 16,7% netral, 9 atau 0,9% tidak setuju. Dengan persentase lebih dari 50% atau sebesar 56,2% pada tanggapan setuju, menunjukkan bahwa lebih dari separuh nasabah tabungan yang menjadi responden disini memiliki

loyalitas yang cukup tinggi, untuk terus-menerus dan kembali lagi menggunakan produk tabungan di Bank BRI Syariah Ponorogo.

D. Hasil Pengujian Hipotesis

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas mempunyai distribusi normal atau tidak. Pada uji normalitas dapat digunakan uji normalitas data menggunakan Kolmogorov-Smirnov dan kurva *Normal P-P Plots*. Dari uji normalitas dengan bantuan *software SPSS for window Versi 20* didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.10

Hasil Uji Normalitas

	Komunikasi	Kepuasan	Loyalitas
N	100	100	100
Mean	42,00	42,82	40,89
Normal Parameters ^{a,b} Std. Deviation	3,490	3,286	3,598

Absolute Most Extreme Differences	,123	,118	,088
Positive Differences	,123	,118	,088
Negative Differences	-,066	-,063	-,052
Kolmogorov-Smirnov Z	1,228	1,182	,878
Asymp. Sig. (2-tailed)	,098	,123	,424

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: data SPSS penelitian, 2019

Dari tabel uji normalitas dengan *Kolmogorov-Smirnov* di atas, dapat diketahui bahwa masing-masing variabel berdistribusi **normal**, hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi (*Asymp. Sig. 2-tailed*) yang lebih dari 0,05. Variabel komunikasi memiliki nilai signifikansi 0,98 > 0,05, variabel kepuasan memiliki nilai signifikansi 0,123 > 0,05, dan variabel loyalitas memiliki nilai signifikansi 0,424 > 0,05. Jadi dapat disimpulkan bahwa semua variabel berdistribusi normal, sehingga dapat dilakukan penelitian selanjutnya.

b. Uji Multikolinieritas

Dengan uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui gejala korelasi antar variabel bebas yang ditunjukkan dengan korelasi yang signifikan antar variabel bebas. Dimana dapat dideteksi dengan menggunakan *Variance Inflation Factor* (VIF). Dari uji multikolinieritas dengan bantuan *software SPSS for window Versi 20* didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.12

Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
KOMUNIKASI	,499	2,005
KEPUASAN	,534	1,874

a. Dependent Variable: LOYALITAS

Sumber: data SPSS penelitian, 2019

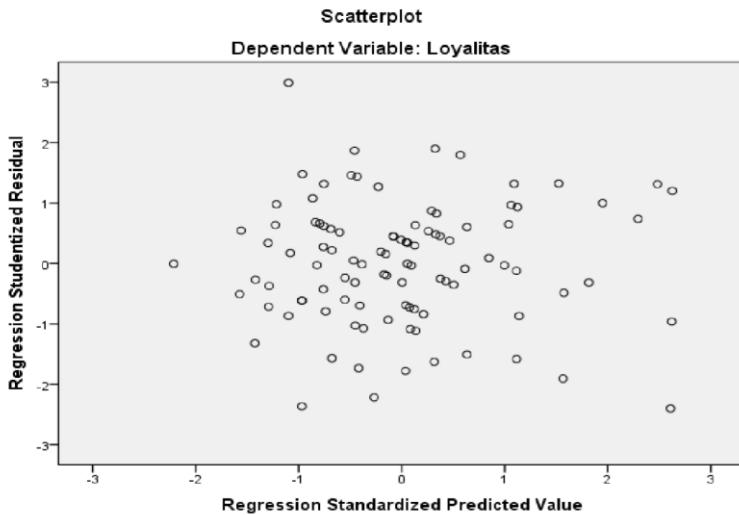
Berdasarkan hasil uji multikolinieritas diatas, dapat diketahui bahwa nilai VIF adalah: 2,005 (variabel komunikasi) ,1,874 (variabel loyalitas). Hasil ini menunjukkan, bahwa variabel terbebas dari asumsi klasik multikolinieritas, karena semua hasil nilai VIF lebih dari 0,1 dan lebih kecil dari 10.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dari uji heteroskedastisitas dengan bantuan *software SPSS for window Versi 20* didapatkan hasil sebagai berikut:

Gambar 4.13

Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: data SPSS penelitian, 2019

Dari gambar diatas terlihat titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk sebuah pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y

(loyalitas). Hal ini berarti tidak terjadi Heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi ini layak dipakai.

3. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh secara parsial dari masing – masing variabel yaitu X1 terhadap Y dan X2 terhadap Y. Pada analisis regresi linier sederhana dapat diketahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. dari uji ini diperoleh hasil uji analisis regresi sederhana dapat dilihat dari tabel 4.6 adapun pembahasannya adalah sebagai berikut

Tabel 4.14

Hasil Uji Regresi Linier Sederhana komunikasi (X1)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	21,945	3,946		5,561	,000
1 KOMUNIKASI	,451	,094	,438	4,817	,000

a. Dependent Variable: LOYALITAS

Sumber: Data Primer di olah SPSS, 2019

Berdasarkan tabel *coefficients* (a) menunjukkan bahwa model persamaan regresi untuk memperkirakan komunikasi yang dipengaruhi oleh loyalitas adalah:

$$Y = 21,945 + 0,451X$$

Dimana Y adalah Loyalitas sedangkan X adalah Komunikasi.

Dari Persamaan diatas dapat ditarik kesimpulan, yaitu:

- (a) Bila ada penambahan 1 unid dari loyalitas maka akan ada peningkatan komunikasi sebesar 0,451
- (b) Koefisien regresi $b = 0.451$ mengindikasikan besaran penambahan loyalitas untuk setiap pertambahan komunikasi.
- (c) Nilai signifikansi pada Budaya organisasi memiliki nilai sig. $0,000 < 0,05$ sehingga komunikasi berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas.

Tabel 4.15

Hasil Analisis Regresi Sederhana kepuasan (X2)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16,089	4,032		3,990	,000
	KEPUASAN	,579	,094	,529	6,169	,000

a. Dependent Variable: LOYALITAS

Sumber: Data Primer diolah SPSS

$$Y = 16,089 + 0,579X$$

Dimana Y adalah Loyalitas sedangkan X adalah Kepuasan
Dari Persamaan diatas dapat ditarik kesimpulan, yaitu:

- (a) Bila ada penambahan 1 unid dari loyalitas maka akan ada peningkatan kepuasan sebesar 0,579

- (b) Koefisien regresi $b = 0.579$ mengindikasikan besaran penambahan loyalitas untuk setiap pertambahan kepuasan.
- (c) Nilai signifikansi pada Budaya organisasi memiliki nilai sig. $0,000 < 0,05$ sehingga kepuasan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas.

4. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis statistik inferensial yang digunakan dalam penelitian ini ialah analisis regresi linier berganda. Analisis ini bertujuan untuk mengukur besarnya pengaruh antara dua variabel dependen dan memprediksi variabel dependen dengan menggunakan variabel independen. Secara ringkas hasil uji regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.16

Hasil Uji regresi linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	9,447	4,252		2,222	,029
KOMUNIKASI	,011	,118	,011	,095	,924
1					

KEPUASAN	,282	,121	,257	2,327	,022
----------	------	------	------	-------	------

a. Dependent Variable: LOYALITAS

Sumber: data SPSS penelitian, 2019

Berdasarkan hasil uji regresi linier linier berganda pada tabel 4.8 maka dapat diperoleh hasil persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_3X_2$$

atau

$$Y = 9,447 + 0,11X_1 + 0,282X_2$$

Penjelasan dari persamaan fungsi regresi linear berganda di atas adalah sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta (a) adalah 9,447. Artinya jika komunikasi, dan kepuasan dalam keadaan konstan, maka loyalitas nilainya positif yaitu sebesar 9,447 satuan.
- b. Nilai koefisien regresi variabel komunikasi (b_1) bernilai positif, yaitu 0,11. Artinya bahwa setiap peningkatan komunikasi sebesar satu satuan, loyalitas juga akan meningkat sebesar 0,11 satuan atau 11%, dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap.
- c. Nilai koefisien regresi variabel kepuasan (b_3) bernilai positif, yaitu 0,282. Artinya bahwa setiap

peningkatan kepuasan sebesar satu satuan, loyalitas juga akan meningkat sebesar 0,282 satuan atau 28,2%, dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap.

5. Uji Hipotesis

a. Uji t / t-test

Uji t digunakan untuk menguji apakah pernyataan dalam hipotesis itu benar. Uji-t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen, pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05. Dari uji t dengan bantuan *software SPSS for window Versi 20* didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.17

Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	9,447	4,252		2,222	,029
KOMUNIKASI 1	,011	,118	,011	,095	,924

KEPUASAN	,282	,121	,257	2,327	,022
----------	------	------	------	-------	------

a. Dependent Variable: LOYALITAS

Sumber: data SPSS penelitian, 2019

Langkah-langkah pengujian Uji t sebagai berikut:

1) Variabel Komunikasi

(a) Merumuskan hipotesis

H_0 : Tidak ada pengaruh yang signifikan komunikasi terhadap loyalitas nasabah pada Bank BRI Syariah Ponorogo .

H_1 : Ada pengaruh yang signifikan komunikasi terhadap loyalitas nasabah pada Bank BRI Syariah Ponorogo .

(b) Menentukan t hitung

Dari output diperoleh t hitung sebesar 0,095

(c) Menentukan t tabel $0,05/2 = 0,025$ (uji 2 sisi)
 $df = n - k - 1 = 100 - 3 - 1 = 96$ t tabel =
 1,985 / -1,985

(d) Kriteria pengujian

- Jika $-t \text{ tabel} \leq t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$
 maka H_0 diterima

- Jika $-t$ hitung $< -t$ tabel atau t hitung $> t$ tabel maka H_0 ditolak (e)
Membuat kesimpulan

Karena nilai t hitung $< t$ tabel ($0,095 < 1,985$) maka H_0 diterima. Dan berdasarkan signifikansi t sebesar $0,924$ yang lebih besar dari nilai α sebesar $0,05$ ($0,924 > 0,05$), sehingga H_0 diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa komunikasi secara parsial tidak berpengaruh terhadap loyalitas.

2) Variabel Kepuasan

(a) Merumuskan hipotesis

H_0 : Tidak ada pengaruh yang signifikan kepuasan terhadap loyalitas nasabah pada Bank BRI Syariah Ponorogo .

H_1 : Ada pengaruh yang signifikan kepuasan terhadap loyalitas nasabah pada Bank BRI Syariah Ponorogo .

(b) Menentukan t hitung

Dari output diperoleh t hitung sebesar $2,327$

(c) Menentukan t tabel $0,05/2 = 0,025$ (uji 2 sisi)
 $df = n - k - 1 = 100 - 3 - 1 = 96$ t tabel = $1,985 / -1,985$

(d) Kriteria pengujian

- Jika $-t \text{ tabel} \leq t \text{ hitung} \leq t \text{ tabel}$
maka H_0 diterima

- Jika $-t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$ atau $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka H_0 ditolak

(e) Membuat kesimpulan

Karena nilai $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($2,327 > 1,985$) maka H_0 ditolak. Dan berdasarkan signifikansi t sebesar $0,022$ yang lebih kecil dari nilai α sebesar $0,05$ ($0,022 < 0,05$), sehingga H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa kepuasan secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas.

b. Uji F / F-test

Uji F atau uji koefisien regresi digunakan untuk mengetahui apakah secara bersama-sama variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, pengujian menggunakan tingkat signifikansi $0,05$. Dari uji F dengan bantuan *software SPSS for window Versi 20* didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.18**Hasil Uji F****ANOVA^a**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	480,183	3	160,061	19,169	,000 ^b
	Residual	801,607	96	8,350		
Total		1281,790	99			

a. Dependent Variable: Loyalitas

b. Predictors: (Constant), Kepuasan, Komunikasi

Sumber: data

SPSS

penelitian,

2019

Langkah-langkah uji F adalah sebagai berikut:

(a) Merumuskan hipotesis

H_0 : Tidak ada pengaruh yang signifikan komunikasi dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah pada Bank BRI Syariah Ponorogo

H_1 : Ada pengaruh yang signifikan komunikasi dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah pada Bank BRI Syariah Ponorogo

(b) Menentukan F hitung

Dari output diperoleh F hitung sebesar 19,169

(c) Menentukan F tabel $df_1 = 4 - 1 = 3$ $df_2 = n - k - 1 = 100 - 3 - 1 = 96$

F tabel = 2,699

(d) Kriteria pengujian

- Jika F hitung \leq F tabel maka H_0 diterima
- Jika F hitung $>$ F tabel maka H_0 ditolak

(e) Membuat kesimpulan

Karena F hitung $>$ F tabel ($19,169 > 2,699$) maka H_0 ditolak. Atau berdasarkan Signifikansi F sebesar 0,000 yang lebih kecil dari nilai α sebesar 0,05 ($0,000 < 0,05$), sehingga H_0 ditolak. Jadi, dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang simultan (secara bersama-sama) antara komunikasi dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah tabungan Bank BRI Syariah Ponorogo .

6. Analisis Koefisien Determinasi

Analisis ini untuk mengetahui seberapa besar sumbangan atau kontribusi variabel independen (Komunikasi dan Kepuasan) terhadap variabel dependen (Loyalitas). Dari uji analisis koefisien determinasi dengan bantuan *software SPSS for window Versi 20* didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.19

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,612 ^a	,375	,355	2,890

a. Predictors: (Constant), Kepuasan, Komunikasi

b. Dependent Variable: Loyalitas

Sumber: data SPSS penelitian, 2019

Pada tabel 4.16 terlihat bahwa angka *R Square* sebesar 0,375, ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel komunikasi (X1) dan kepuasan (X2) adalah kuat. Sedangkan angka *Adjusted R Square* sebesar 0,355 ini menunjukkan variabel komunikasi (X1) dan kepuasan (X2) secara bersama-sama mempengaruhi loyalitas sebesar 35,5%, sedangkan sisanya sebesar

64,5% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

7. Uji t / t-test

Uji t digunakan untuk menguji apakah pernyataan dalam hipotesis itu benar. Uji-t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen, pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05. Dari uji t dengan bantuan *software SPSS for window Versi 20* didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.20
Hasil Uji t
Coefficients^a

Model	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	9,447	4,252		2,222	,029
Komunikasi	,011	,118	,011	,095	,924
Kepuasan	,282	,121	,257	2,327	,022

a. Dependent Variable: LOYALITAS

Sumber: data SPSS penelitian, 2019

Langkah-langkah pengujian Uji t sebagai berikut:

a. Variabel Komunikasi

1) Merumuskan hipotesis

H_0 : Tidak ada pengaruh yang signifikan komunikasi terhadap loyalitas nasabah pada Bank BRI Syariah Ponorogo.

H_1 : Ada pengaruh yang signifikan komunikasi terhadap loyalitas nasabah pada Bank BRI Syariah Ponorogo.

2) Menentukan t hitung

Dari output diperoleh t hitung sebesar 0,095

3) Menentukan t tabel

$$0,05/2 = 0,025 \text{ (uji 2 sisi)}$$

$$df = n - k - 1 = 100 - 3 - 1 = 96$$

$$t \text{ tabel} = 1,985 / -1,985$$

4) Kriteria pengujian

- Jika $-t \text{ tabel} = t \text{ hitung} = t \text{ tabel}$ maka H_0 diterima
- Jika $-t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$ atau $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka H_0 ditolak

5) Membuat kesimpulan

Karena nilai t hitung $< t \text{ tabel}$ ($0,095 < 1,985$) maka H_0 diterima. Dan berdasarkan signifikansi t sebesar 0,924 yang lebih besar dari nilai α sebesar 0,05 ($0,924 > 0,05$), sehingga H_0 diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa

komunikasi secara parsial tidak berpengaruh terhadap loyalitas.

b. Variabel Kepuasan

1) Merumuskan hipotesis

H_0 : Tidak ada pengaruh yang signifikan kepuasan terhadap loyalitas nasabah pada Bank BRI Syariah Ponorogo.

H_1 : Ada pengaruh yang signifikan kepuasan terhadap loyalitas nasabah pada Bank BRI Syariah Ponorogo.

2) Menentukan t hitung

Dari output diperoleh t hitung sebesar 2,327

3) Menentukan t tabel

$0,05/2 = 0,025$ (uji 2 sisi)

$df = n - k - 1 = 100 - 3 - 1 = 96$

t tabel = 1,985 / -1,985

4) Kriteria pengujian

- Jika $-t \text{ tabel} = t \text{ hitung} = t \text{ tabel}$ maka H_0 diterima

- Jika $-t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$ atau $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka H_0 ditolak

5) Membuat kesimpulan

Karena nilai t hitung $> t \text{ tabel}$ (2,327 $>$ 1,985) maka H_0 ditolak. Dan berdasarkan signifikansi t sebesar 0,022 yang lebih kecil dari nilai α sebesar 0,05 (0,022 $<$ 0,05), sehingga H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa kepuasan secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas.

8. Uji F / F-test

Uji F atau uji koefisien regresi digunakan untuk mengetahui apakah secara bersama-sama variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05. Dari uji F dengan bantuan *software SPSS for window Versi 20* didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 4.21
Hasil Uji F
ANOVA^a

Model	<i>Sum of Squares</i>	Df	<i>Mean Square</i>	F
Regression	480,183	3	160,061	19,169
Residual	801,607	96	8,350	
Total	1281,790	99		

a. *Dependent Variable:* Loyalitas

b. *Predictors:* (Constant), Kepuasan, Komunikasi

Sumber: data SPSS penelitian, 2019

Langkah-langkah uji F adalah sebagai berikut:

a. Merumuskan hipotesis

H_0 : Tidak ada pengaruh yang signifikan komunikasi dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah pada Bank BRI Syariah Ponorogo.

H_1 : Ada pengaruh yang signifikan komunikasi dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah pada Bank BRI Syariah Ponorogo.

b. Menentukan F hitung

Dari output diperoleh F hitung sebesar 19,169

c. Menentukan F tabel

$$df 1 = 4 - 1 = 3$$

$$df 2 = n - k - 1 = 100 - 3 - 1 = 96$$

$$F \text{ tabel} = 2,699$$

d. Kriteria pengujian

- Jika F hitung = F tabel maka H_0 diterima

- Jika F hitung > F tabel maka H_0 ditolak

e. Membuat kesimpulan

Karena F hitung > F tabel (19,169 > 2,699) maka H_0 ditolak. Atau berdasarkan Signifikansi F sebesar 0,000 yang lebih kecil dari nilai α sebesar 0,05 ($0,000 < 0,05$), sehingga H_0 ditolak. Jadi, dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang simultan (secara bersama-sama) antara komunikasi dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah tabungan Bank BRI Syariah Ponorogo.

H. Pembahasan

1. Pengaruh Komunikasi Terhadap Loyalitas Nasabah

Sebagaimana yang telah dijelaskan dalam pembahasan sebelumnya pada Tabel 4.9 deskripsi variabel komunikasi, dapat disimpulkan bahwa komunikasi antara nasabah dengan Bank BRI Syariah Ponorogo sudah cukup baik, hal ini terlihat dari tanggapan setuju sebesar 60,7%. Bahkan komunikasi memiliki kecenderungan mempengaruhi positif sebesar 0,11 atau 11%, yakni apabila komunikasi meningkat satu satuan maka loyalitas akan meningkat 11%. Tetapi

dengan tanggapan positif komunikasi ternyata tidak mendukung pengaruhnya terhadap loyalitas. Dan setelah dilakukan pengujian statistik dengan analisis regresi linier berganda, dapat dilihat dari hasil uji t yang menunjukkan komunikasi tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Dimana, diperoleh nilai t hitung $< t$ tabel ($0,095 < 1,985$) dan signifikansi t sebesar 0,924 yang lebih besar dari nilai α sebesar 0,05, sehingga H_0 diterima yang berarti "*tidak ada pengaruh yang signifikan komunikasi terhadap loyalitas nasabah pada Bank BRI Syariah Ponorogo*".

Tidak ada pengaruh komunikasi terhadap loyalitas secara signifikan ini dapat peneliti simpulkan, bahwa dari temuan di lapangan masih banyak responden yang kurang tahu akan setiap informasi dan kesepahaman komunikasi antara nasabah dengan Bank BRI Syariah Ponorogo meskipun banyak juga yang menanggapi positif. Hal ini mungkin saja terjadi, karena komunikasi yang terjalin antara nasabah tabungan dan Bank BRI Syariah Ponorogo hanya sebatas sewaktu menyimpan dan menarik dana saja, karena tidak dapat dipungkiri memang kebutuhan dari nasabah tabungan memang seperti itu dan Bank BRI Syariah Ponorogo sebagai lembaga yang menangani banyak nasabah juga memiliki banyak tanggung jawab yang harus dilayani, belum lagi jika sewaktu-waktu terjadi kesalahpahaman komunikasi diantara kedua belah pihak.

Karena, komunikasi yang terjadi dalam kelompok merupakan suatu mekanisme dasar di mana anggota-anggota menunjukkan kekecewaan dan rasa

puas mereka. Oleh karena itu, komunikasi menyiarkan ungkapan emosional dari perasaan dan pemenuhan kebutuhan sosial. Komunikasi juga memberikan informasi yang diperlukan individu dan kelompok untuk mengambil keputusan dengan meneruskan data guna mengenali dan menilai pilihan-pilihan alternatif yang paling memungkinkan untuk diambil.¹ Kotler (2007), komunikasi merupakan sarana yang digunakan perusahaan dalam upaya untuk menginformasikan, membujuk dan mengingatkan konsumen langsung atau tidak langsung tentang produk dan merek yang mereka jual.² Oleh karenanya, komunikasi tidak dapat mempengaruhi loyalitas secara langsung karena terjadinya loyalitas tidak hanya terjadi dari aktivitas komunikasi saja, karena komunikasi lebih banyak digunakan sebagai media pengungkapan dan saran.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Ningtyas (2017)³ yang menunjukkan bahwa komunikasi dalam suatu bank tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabahnya. Hal ini terlihat dari $\beta = 0.056$, $p = 0.475$ pada signifikansi $p = 0.05$. Dapat diartikan bahwa pada saat variabel komunikasi meningkat, maka variabel loyalitas nasabah tidak ikut meningkat atau tidak berpengaruh, karena hasil temuan lapangan terlihat bahwa pada pertanyaan umum

¹ Cepi Triatna, *Perilaku Organisasi*, 37.

² Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, 204.

³ Fitri Ningtyas dan Basuki Rachmad, *Pengaruh Kepercayaan*, 56.

menjawab mengenai alasan menggunakan Bank Syari'ah adalah karena syariah (Islam) yang dimana sudah seperti kewajiban (ideologi) yang harus dijalankan sebagai umat Islam dan sebagian besar responden yang merupakan nasabah Bank Muamalat juga merupakan nasabah dari bank lain.

Namun, hasil penelitian ini bertolak belakang dengan Artantie⁴, yang diketahui bahwa komunikasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah PD. BPR Tugu Artha Malang. Sehingga apabila komunikasi kepada nasabah lebih ditingkatkan oleh PD. BPR Tugu Artha Malang, maka akan semakin menambah tingkat loyalitas nasabah. Hal tersebut juga membuktikan bahwa loyalitas nasabah debitur terhadap PD. BPR Tugu Artha Malang tidak terlepas dari peran pegawai PD. BPR Tugu Artha Malang yang selalu memberikan informasi yang akurat dan jelas mengenai layanan kredit yang tersedia, tepat waktu dalam memberikan informasi mengenai pelunasan kredit, dan selalu menyampaikan informasi kepada nasabah debitur jika terdapat layanan kredit yang baru. Namun obyek dan pengukuran penelitian penulis dengan Artantie tentu berbeda, dimana Artantie melakukan penelitian pada nasabah kredit dengan 2 ukuran indikator komunikasi yaitu informasi produk dan informasi yang tepat waktu.

⁴ Nadira Artantie, *Pengaruh Komunikasi, Kepercayaan, Komitmen*, 28.

2. Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah

Dari Tabel 4.10 deskripsi variabel kepuasan yang merupakan tanggapan nasabah tabungan akan kepuasan pada Bank BRI Syariah Ponorogo, dapat disimpulkan bahwa kepuasan nasabah kepada Bank BRI Syariah Ponorogo sudah cukup baik, hal ini terlihat dari tanggapan setuju sebesar 61,2% yang diberikan nasabah sebagai responden. Kepuasan juga memiliki kecenderungan mempengaruhi loyalitas positif sebesar 0,282 atau 28,2%, yang berarti jika kepuasan meningkat satu satuan maka loyalitas akan meningkat sebesar 28,2%. Dan setelah dilakukan pengujian statistik dengan analisis regresi linier berganda, hasilnya berbanding lurus yang dapat dilihat dari hasil uji t dan menunjukkan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Dimana, diperoleh t hitung $> t$ tabel ($2,327 > 1,985$), dan berdasarkan signifikansi t sebesar 0,022 yang lebih kecil dari nilai α sebesar 0,05, sehingga H_0 ditolak yang berarti “ada pengaruh yang signifikan kepuasan terhadap loyalitas nasabah tabungan pada Bank BRI Syariah Ponorogo”.

Hasil pengujian ini sejalan dengan teori yang menyatakan, kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam teori dan praktik pemasaran, serta merupakan salah satu tujuan esensial bagi aktivitas bisnis. Kepuasan pelanggan berkontribusi pada sejumlah aspek krusial, seperti terciptanya loyalitas pelanggan, meningkatnya reputasi perusahaan, berkurangnya elastisitas harga, berkurangnya biaya transaksi masa depan, dan meningkatnya efisiensi dan

produktivitas karyawan. Di samping itu, kepuasan pelanggan juga dipandang sebagai salah satu indikator terbaik untuk laba masa depan.⁵

Mendukung teori yang ada, tidak mengherankan jika kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah tabungan di Bank BRI Syariah Ponorogo, karena banyak nasabah yang puas dengan produk tabungan di Bank BRI Syariah Ponorogo, terbukti dengan banyaknya responden dalam penelitian ini yang telah menjadi nasabah tabungan di Bank BRI Syariah Ponorogo lebih dari 5 tahun. Selain itu, faktor kepuasan yang disebutkan dalam penelitian ini seperti kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, faktor emosi dan kemudahan terbukti mampu menciptakan kepuasan yang berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah tabungan Bank BRI Syariah Ponorogo. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Rizwan (2014)⁶, dimana hasil penelitian menunjukkan kepuasan pelanggan memiliki efek tertinggi pada loyalitas merek.

Namun, hasil penelitian ini bertolak belakang dengan Arzena⁷, dimana diketahui bahwa variabel kepuasan atas kualitas pelayanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Mandiri Tbk Cabang Muaro Padang. Nilai yang tidak signifikan ini menunjukkan bahwa semakin

⁵ Fandy Tjiptono dan Anatasia Diana, *Total Quality Management*, 102.

⁶ Muhammad Rizwan, *Effect of Brand Trust*, 306.

⁷ Deby Meigy Arzena, *Pengaruh Kepuasan atas*, 7-8.

baiknya kualitas layanan yang diberikan oleh Bank Mandiri Muara belum tentu bisa membuat nasabah menjadi loyal kepada Bank Mandiri Muara. Dalam penelitiannya Arzena menggunakan kualitas hubungan sebagai variabel yang melatarbelakangi kepuasan untuk mempengaruhi loyalitas, sehingga pengaruhnya jelas didapatkan secara tidak langsung.

3. Pengaruh Komunikasi dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah

Dari Tabel 4.5 deskripsi variabel loyalitas yang merupakan tanggapan nasabah tabungan akan loyalitas pada Bank BRI Syariah Ponorogo dipengaruhi oleh komunikasi dan kepuasan. Dapat disimpulkan bahwa loyalitas nasabah kepada Bank BRI Syariah Ponorogo sudah cukup baik, hal ini terlihat dari tanggapan setuju pada kuesioner yang diberikan responden sebesar 56,2%. Dan setelah dilakukan pengujian statistik dengan analisis regresi linier berganda, hasilnya berbanding lurus yang dapat dilihat dari hasil uji F dan menunjukkan komunikasi dan kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Dimana, diperoleh $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($19,169 > 2,699$), dan berdasarkan signifikansi F sebesar 0,000 yang lebih kecil dari nilai α sebesar 0,05, sehingga H_0 ditolak yang berarti “ada pengaruh yang signifikan komunikasi dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah pada Bank BRI Syariah Ponorogo”.

Sejalan dengan teorinya, loyalitas nasabah memiliki 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. Usaha untuk memperoleh nasabah yang loyal tidak bisa dilakukan sekaligus, tetapi melalui beberapa tahapan, mulai dari mencari nasabah potensial sampai memperoleh rekan kerja sama.⁸ Kepuasan pelanggan harus dibarengi dengan loyalitas pelanggan, pelanggan yang benar-benar loyal bukan saja sangat potensial menjadi *word-of-mouth advertisers*, namun juga kemungkinan besar loyal pada portofolio produk jasa perusahaan selama-bertahun-tahun.⁹ Dengan pentingnya loyalitas nasabah, Bank BRI Syariah Ponorogo juga terus meningkatkan loyalitas memperbaiki komunikasi, meningkatkan kepuasan melalui pelayanan yang diberikan. Sehingga membuktikan Bank BRI Syariah Ponorogo mampu eksis selama kurang lebih 18 tahun dengan ribuan nasabah yang dimiliki, sampai dilakukannya penelitian ini ada 10.270 nasabah tabungan yang dimiliki Bank BRI Syariah Ponorogo.

Sejalan dengan penelitian Ningtyas (2016), menunjukkan kepercayaan pelanggan, komitmen pelanggan dan komunikasi *word of mouth* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan kepercayaan pelanggan,

⁸ Kasmir, *Pemasaran*, 208.

⁹ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, 391.

peningkatan komitmen pelanggan dan peningkatan komunikasi *word of mouth* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan minimarket Indomaret dapat dibangun melalui pendekatan kesikapan dan pendekatan keperilakuan melalui beberapa tahap yaitu: loyalitas kognitif, loyalitas afektif, 80 loyalitas konatif, dan loyalitas tindakan (Dharmesta, 1999). Dalam hal ini maka kepercayaan pelanggan dan komitmen pelanggan merupakan loyalitas konatif. Sedangkan komunikasi *word of mouth* merupakan loyalitas tindakan. Kualitas pelayanan dapat diukur melalui variabel kepercayaan pelanggan dan kepuasan pelanggan dapat diukur melalui variabel komitmen pelanggan minimarket Indomaret. Didukung juga dengan penelitian Satriyanti (2012)¹⁰, yang mengemukakan bahwa kualitas layanan, kepuasan nasabah dan citra bank berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat di Surabaya. Dan menunjukkan kepuasan adalah variabel yang paling memiliki pengaruh paling besar terhadap loyalitas nasabah.

¹⁰ Evi Okatviani Satriyanti, *Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan*, 183.