

BAB IV DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA

A. Diskripsi Data

1. Gambaran Umum Perseroan Terbatas Bank Syariah Mandiri

Sebelum berbicara tentang hasil penelitaian yang berkaitan dengan topik permasalahan, penulis mencoba memberi gambaran atau profil tentang Bank Syariah Mandiri yang di dapat dari penelitian di Bank Syariah Mandiri Kudus.

a. Latar Belakang

Lahirnya Undang-Undang No. 10 tahun 1998, tentang Perubahan atas Undang-Undang No. 7 tahun 1992 tentang Perbankan, pada bulan November 1998 sebagaimana disebutkan dalam pendahuluan, telah memberi peluang yang sangat baik bagi tumbuhnya bank-bank syariah di Indonesia. Undang-Undang tersebut memungkinkan bank beroperasi sepenuhnya secara syariah atau dengan membuka cabang khusus syariah.¹

PT. Bank Susila Bakti yang dimiliki oleh Yayasan Kesejahteraan Pegawai (YKP) PT. Bank Dagang Negara dan PT. Mahkota Prestasi berupaya keluar dari krisis 1997 – 1999 dengan berbagai cara. Mulai dari langkah-langkah menuju merger sampai pada akhirnya memilih konversi menjadi bank syariah dengan suntikan modal dari pemilik.

Dengan terjadinya merger empat bank (Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim dan Bapindo) ke dalam PT. Bank Mandiri (Persero) pada tanggal 31 Juli 1999, rencana perubahan PT. Bank Susila Bakti menjadi bank syariah (dengan nama Bank Syariah Sakinah) diambil alih oleh PT. Bank Mandiri (Persero).

¹Bank Syariah Mandiri, *Tentang Sejarah BSM*, diambil melalui website resmi BSM, www.syariahamandiri.co.id, diunduh tgl 20 Mei 2016, jam 16.00 WIB, hlm. 1.

PT. Bank Mandiri (Persero) selaku pemilik baru mendukung sepenuhnya dan melanjutkan rencana perubahan PT. Bank Susila Bakti menjadi bank syariah, sejalan dengan keinginan PT. Bank Mandiri (Persero) untuk membentuk unit syariah. Langkah awal dengan merubah Anggaran Dasar tentang nama PT. Bank Susila Bakti menjadi PT. Bank Syariah Sakinah berdasarkan Akta Notaris : Ny. Machrani M.S. SH, No. 29 pada tanggal 19 Mei 1999. Kemudian melalui Akta No. 23 tanggal 8 September 1999 Notaris : Sutjipto, SH nama PT. Bank Syariah Sakinah Mandiri diubah menjadi PT. Bank Syariah Mandiri.

Pada tanggal 25 Oktober 1999, Bank Indonesia melalui Surat Keputusan Gubernur Bank Indonesia No. 1/24/KEP. BI/1999 telah memberikan izin perubahan kegiatan usaha konvensional menjadi kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah kepada PT. Bank Susila Bakti. Selanjutnya dengan Surat Keputusan Deputy Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP.DGS/1999 tanggal 25 Oktober 1999, Bank Indonesia telah menyetujui perubahan nama PT. Bank Susila Bakti menjadi PT. Bank Syariah Mandiri.

Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999 merupakan hari pertama beroperasinya PT. Bank Syariah Mandiri. Kelahiran Bank Syariah Mandiri merupakan buah usaha bersama dari para perintis bank syariah di PT. Bank Susila Bakti dan Manajemen PT. Bank Mandiri yang memandang pentingnya kehadiran bank syariah dilingkungan PT. Bank Mandiri (Persero).²

Adapun profil Bank Syariah Mandiri (BSM) sebagai berikut:

Nama : PT Bank Syariah Mandiri (Perseroan Terbatas).
Alamat : Wisma Mandiri I, Jl. MH. Thamrin No. 5 Jakarta 10340 – Indonesia.
Telepon : (62-21) 2300 509, 3983 9000 (Hunting)

²*Ibid*, hlm. 1.

Faksimili : (62-21) 3983 2989
Situs Web : www.syariahmandiri.co.id
Swift Code : BSMDIDJA
Tanggal Berdiri : 25 Oktober 1999
Tanggal Beroperasi : 1 November 1999
Modal Dasar : **Rp. 2.500.000.000.000,-**
Modal Disetor : **Rp. 1.489.021.935.000,-**
Kantor Layanan : 864 kantor, yang tersebar di 33 provinsi di seluruh Indonesia

Jumlah jaringan

ATM BSM : ATM Syariah Mandiri 921 unit, ATM Mandiri 11.886 unit, ATM Bersama 60.922 unit (*include* ATM Mandiri dan ATM BSM), ATM Prima 74.050 unit, ATM BCA 10.596 unit EDC BCA 196,870 unit, *Malaysia Electronic Payment System* (MEPS) 12.010 unit.

Jumlah Karyawan : 16.945 orang (Per Desember 2013)

b. Kepemilikan Saham :

- 1) PT Bank Mandiri (Persero)Tbk : 231.648.712 lembar saham (99,999999%).
- 2) PT Mandiri Sekuritas : 1 lembar saham (0,000001%).

c. Otoritas Pengawas

Bank : **Otoritas Jasa Keuangan** Gedung Sumitro Djojohadikusumo Jalan Lapangan Banteng Timur No. 2-4 Jakarta 10710 Indonesia Telp (62-21) 3858001 Faks (62-21) 3857917 www.ojk.go.id.³

³*Ibid*, hlm. 1.

d. Sejarah Berdirinya Bank Syariah Mandiri Kudus

Menurut branch manager bank Syariah Mandiri Kudus, Hendraratna mengatakan bahwa bank syariah mandiri dibuka kantor cabangnya di Kudus pada tanggal 5 september 2005. Latar belakang berdirinya Bank Syariah Mandiri Kudus disebabkan Kota Kudus merupakan kota industri dengan jumlah penduduk mayoritas muslim, terbuka potensi yang besar di Kudus untuk penyaluran kredit ke sektor kecil dan menengah, banyaknya industri kecil bahkan industri besar menjadi salah satu alasan BSM membuka kantor cabangnya di Kudus.

Selain itu berdirinya Bank Syariah Mandiri Kudus juga tidak lepas dari keadaan masyarakat di kota Kudus yang bernuansa Islami, dengan berdirinya Bank Syariah Mandiri Kudus, berarti kebutuhan masyarakat muslim di Kudus terhadap bank yang sesuai dengan syariah terpenuhi dan akan lebih membantu masyarakat sekitar untuk tidak lagi khawatir menggunakan jasa perbankan.⁴

2. Visi Dan Misi Bank Syariah Mandiri

Visi Bank Syariah Mandiri adalah : “Bank Syariah Terdepan dan Modern”. Bank Syariah Terdepan mengandung maksud: menjadi bank syariah yang selalu unggul di antara pelaku industri perbankan syariah di Indonesia pada segmen consumer, micro, SME, commercial, dan corporate. Sedangkan Modern mengandung maksud: Menjadi bank syariah dengan sistem layanan dan teknologi mutakhir yang melampaui harapan nasabah.

Misi Bank Syariah adalah sebagai berikut:

- a. Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan di atas rata-rata industri yang berkesinambungan.
- b. Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah.

⁴Hasil Wawancara dengan Staff BSM Kudus, *Tentang Sejarah Berdirinya BSM Kudus*, Pada Tgl 2 Februari 2016.

- c. Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen ritel.
- d. Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah universal.
- e. Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat.
- f. Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.

3. Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri.

Sebagai lembaga keuangan perbankan yang berdasar atas prinsip syariah maka, PT BSM menempatkan Dewan Pengawas Syariah yang terdiri atas para pakar dibidang syariah muamalah di dalam manajemen BSM. Sedangkan Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri adalah sebagai berikut:

a. Dewan Komisaris

Adapun gambar struktur Dewan Komisaris dapat dilihat di bagian lampiran belakang.

b. Dewan Pengawas Syariah

Dewan Pengawas Syariah (DPS) mengawasi operasional BSM secara independen. DPS ditetapkan oleh Dewan Syariah Nasional (DSN), sebuah badan di bawah Majelis Ulama Indonesia (MUI). Seluruh pedoman produk, jasa layanan dan operasional bank telah mendapat persetujuan DPS untuk menjamin kesesuaiannya dengan prinsip-prinsip syariah Islam.

Tugas dan tanggung jawab Dewan Pengawas Syariah adalah sebagai berikut:

- 1) Memberikan nasihat dan saran kepada Direksi serta mengawasi kegiatan Bank agar sesuai dengan Prinsip Syariah
- 2) Menilai dan memastikan pemenuhan Prinsip Syariah atas pedoman operasional dan produk yang dikeluarkan Bank
- 3) Mengawasi proses pengembangan produk baru Bank
- 4) Meminta fatwa kepada Dewan Syariah Nasional untuk produk baru Bank yang belum ada fatwanya

- 5) Melakukan review secara berkala atas pemenuhan prinsip syariah terhadap mekanisme penghimpunan dana dan penyaluran dana serta pelayanan jasa Bank
- 6) Meminta data dan informasi terkait dengan aspek syariah dari satuan kerja Bank dalam rangka pelaksanaan tugasnya. Adapun gambar struktur Dewan Pengawas Syariah dapat dilihat di bagian lampiran belakang.

c. Direksi & Senior Executive Vice President (SEVP)

Adapun gambar struktur Direksi & SEVP dapat dilihat di bagian lampiran belakang.

4. Macam-Macam Produk dan Jasa yang ditawarkan Bank Syariah Mandiri

Produk-produk dan Jasa-jasa yang ditawarkan Bank Syariah Mandiri antara lain sebagai berikut:⁵

a. Tabungan BSM.

Tabungan dalam mata uang rupiah dan dollar yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam kas dibuka di konter BSM atau melalui ATM. Fitur & Biaya:

1. Berdasarkan prinsip syariah dengan akad *mudharabah muthlaqah*.
2. Bagi hasil yang kompetitif.
3. Online di seluruh outlet BSM.
4. Fasilitas BSM Card yang berfungsi sebagai kartu ATM & debit dan kartu potongan harga di *merchant* yang telah bekerjasama dengan BSM.
5. Fasilitas e-Banking, yaitu BSM Mobile Banking & BSM Net Banking.
6. Minimum setoran awal: Rp80.000 (perorangan) dan Rp1.000.000 (non-perorangan) dan masih banyak lagi jenis-jenis tabungan yang ditawarkan bisa dilihat di *web BSM*.

⁵ Bank Syariah Mandiri, *Op. Cit*, hlm. 1.

b. **BSM Giro** Sarana penyimpanan dana dalam mata uang Rupiah untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip wadiah yad dhamanah. **Fitur & Biaya:**

1. Berdasarkan prinsip syariah dengan akad *wadiah yad dhamanah*.
2. Setoran Awal minimum Rp500.000 (perorangan) dan Rp1.000.000 (Non-Perorangan).
3. Saldo minimum Rp500.000 (perorangan) dan Rp1.000.000 (Non-Perorangan) dan masih banyak lagi jenis-jenis BSM Giro yang ditawarkan bisa dilihat di *web BSM*.

c. **BSM Deposito**

Investasi berjangka waktu tertentu dalam mata uang rupiah yang dikelola berdasarkan prinsip *Mudharabah Muthlaqah* untuk perorangan dan non-perorangan. **Fitur & Biaya:**

1. Jangka waktu yang fleksibel: 1, 3, 6 dan 12 bulan
2. Dicairkan pada saat jatuh tempo
3. Setoran awal minimum Rp2.000.000
4. Biaya Materai Rp 6.000
5. Biaya Penarikan: Rp30.000/rekening dan masih banyak lagi jenis-jenis BSM Deposito yang ditawarkan bisa dilihat di *web BSM*.

d. **BSM Priority**

BSM Priority Karena nasabah dianggap Pribadi Istimewa, layanan personal ini mengutamakan kenyamanan dalam keseimbangan baik dalam layanan finansial maupun layanan non finansial. Priority Banking Officer akan membantu menentukan pilihan perencanaan keuangan, termasuk konsultasi zakat, waqaf hingga pembagian harta waris.⁶

e. **Pembiayaan BSM Implan**

BSM Implan adalah pembiayaan konsumen dalam valuta rupiah yang diberikan oleh bank kepada karyawan tetap Perusahaan yang

⁶*Ibid*, hlm. 1.

pengajuannya dilakukan secara massal (kelompok). BSM Implan dapat mengakomodir kebutuhan pembiayaan bagi para karyawan perusahaan, misalnya dalam hal perusahaan tersebut tidak memiliki koperasi karyawan, koperasi karyawan belum berpengalaman dalam kegiatan simpan pinjam, atau perusahaan dengan jumlah karyawan terbatas.

Peruntukkan:

1. Untuk pembelian barang konsumen (halal)
2. Untuk pembelian/memperoleh manfaat atas jasa (contoh: untuk biaya dana pendidikan) dan masih banyak lagi jenis-jenis pembiayaan BSM yang ditawarkan bisa dilihat di *web BSM*.

Produk-produk dan jasa lainnya yang ditawarkan oleh BSM adalah:

- 1) BSM Card, 2) BSM Sentra Bayar, 3) BSM SMS Banking, 4) BSM Mobile Banking, 5) BSM Net Banking, 6) Pembayaran melalui menu Pemindahbukuan di ATM (PPBA), 7) BSM Jual Beli Valas, 8) BSM Electronic Payroll, 9) Transfer Uang Tunai, 10) BSM E-Money, 11) BSM Transfer Lintas Negara Western Union, 12) BSM Kliring, 13) BSM Inkaso, 14) BSM Intercity Clearing, 15) BSM RTGS (Real Time Gross Settlement), 16) Transfer Dalam Kota (LLG), 17) BSM Transfer Valas, 18) BSM Pajak Online, 19) BSM Referensi Bank, 20) BSM Standing Order, 21) BSM Payment Point, 22) Layanan BSM Pembayaran Institusi (BPI), 23) Jasa Investasi, 24) Reksadana, 25) Sukuk Negara Ritel, 26) BSM Gadai Emas, 27) BSM Cicil Emas, 28) Haji & Umroh (Tabungan Mabrur, Pembiayaan Umrah dan Tabungan Mabrur Junior).

5. Gambaran Responden

a. Identitas Responden

Identitas responden merupakan segala sesuatu yang erat hubungannya dengan diri responden secara individu, jumlah responden dalam penelitian ini adalah 100 orang yang merupakan nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Kudus.

b. Jenis Kelamin Responden

Data mengenai jenis kelamin dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.1

Jenis Kelamin Responden

| Keterangan | Jumlah | Prosentase (%) |
|---------------|------------------|----------------|
| Laki-laki | 58 | 58% |
| Perempuan | 42 | 42% |
| Jumlah | 100 orang | 100% |

Sumber: Data primer yang diolah tahun 2016.

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui bahwa jumlah responden laki-laki dengan perempuan tidak jauh berbeda, dari 100 responden yang berjenis kelamin laki-laki sebesar 58 atau (58%) dan yang berjenis kelamin perempuan sebesar 42 atau (42%). Ini menunjukkan nasabah Bank Syariah Mandiri Kudus didominasi kaum laki-laki.

c. Pendidikan Responden

Data mengenai pendidikan responden dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.2

Pendidikan Responden

| Keterangan | Jumlah | Prosentase (%) |
|------------------|------------------|----------------|
| SD/Sederajat | 0 | 0% |
| SMP/Sederajat | 11 | 11% |
| SMU/Sederajat | 67 | 67% |
| Perguruan Tinggi | 22 | 22% |
| Jumlah | 100 orang | 100% |

Sumber: Data primer yang diolah tahun 2016.

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa sebagian responden adalah berpendidikan SMU yaitu sebanyak 67 orang (67%), diikuti responden yang berpendidikan Perguruan Tinggi sebanyak 22 orang (22%), kemudian responden yang berpendidikan SMP sebanyak 11

orang (11%). Sedangkan yang berpendidikan SD kebetulan tidak ada. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Kudus didominasi berpendidikan SMU dan sudah menempuh pendidikan minimal SMP.

d. Pekerjaan Responden

Data mengenai pekerjaan responden dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.3
Pekerjaan Responden

| Keterangan | Jumlah | Prosentase (%) |
|-------------------|------------------|----------------|
| PNS | 4 | 4% |
| IRT | 12 | 12% |
| Pelajar/Mahasiswa | 34 | 34% |
| Wiraswasta | 38 | 38% |
| Pegawai Swasta | 12 | 12% |
| Jumlah | 100 orang | 100% |

Sumber: Data primer yang diolah tahun 2016.

Berdasarkan table 4.3 dapat diketahui bahwa rata-rata responden mempunyai pekerjaan sebagai wiraswasta, yaitu mencapai sebanyak 38 orang (38%), kemudian sebagai pelajar/mahasiswa sebanyak 34 orang (34%), yang berprofesi sebagai ibu rumah tangga dan pegawai swasta yaitu sama jumlahnya sebanyak 12 orang (12%), sebagai PNS sebanyak 4 orang (4%). Hal ini menunjukkan bahwa nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Kudus didominasi oleh wiraswasta.

e. Penghasilan Responden

Data mengenai penghasilan responden dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.4
Penghasilan Responden

| Keterangan | Jumlah | Prosentase (%) |
|-----------------|------------------|----------------|
| < Rp 500.000 | 35 | 35% |
| 1 Juta – 3 Juta | 22 | 22% |
| 3 Juta – 5 Juta | 36 | 36% |
| > 5 juta | 7 | 7% |
| Jumlah | 100 orang | 100% |

Sumber: Data primer yang diolah tahun 2016.

Berdasarkan table 4.4 dapat diketahui bahwa responden rata-rata berpenghasilan 3 – 5 juta sebanyak 36 orang (36%), kemudian disusul dengan penghasilan responden dibawah Rp 500.000. sebanyak 35 orang (35%), yang berpenghasilan 1 juta – 3 juta sebanyak 22 orang (22%) dan responden yang berpenghasilan lebih dari 5 juta sebanyak 7 orang (7%). Hal ini menunjukkan bahwa nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Kudus terdiri dari berbagai tingkat ekonomi, tidak hanya golongan ekonomi tertentu saja.

f. Umur

Data mengenai umur responden dapat dilihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.5
Umur Responden

| Keterangan | Jumlah | Prosentase (%) |
|---------------|------------------|----------------|
| 11 – 20 tahun | 33 | 33% |
| 21 – 30 tahun | 40 | 40% |
| 31 – 40 tahun | 14 | 14% |
| 41 – 50 tahun | 13 | 13% |
| Jumlah | 100 orang | 100% |

Sumber: Data primer yang diolah tahun 2016.

Berdasarkan table 4.5 dapat diketahui bahwa usia nasabah banyak pada kelompok yang berusia antara 21 – 30 tahun sebanyak 40 orang

(40%), kemudian responden yang berusia 11 – 20 tahun sebanyak 33 orang (33%), responden yang berusia 31 – 40 tahun sebanyak 14 orang (14%) sedangkan yang paling sedikit responden yang berusia antara 41 – 50 tahun sebanyak 13 orang (13%). Hal ini menunjukkan bahwa nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang tidak hanya untuk usia tertentu saja, hal ini terbukti adanya usia remaja yang menjadi nasabah.

B. Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas

Untuk menguji validitas dan reliabilitas instrumen, penulis menggunakan analisis SPSS versi 16. Berikut ini hasil pengujian reliabilitas berdasarkan *pilot test* (non responden) sebesar 30 orang. Adapun uji validitas dan reliabilitas hasil dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.6
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

| Variabel | Reliability Coeffiens | Alpha | Keterangan |
|---------------------------------|-----------------------|-------|------------|
| Nilai nasabah (X_1) | 5 item | 0,830 | Reliabel |
| Kualitas produk (X_2) | 3 item | 0,748 | Reliabel |
| Kualitas jasa syariah (X_3) | 20 item | 0,933 | Reliabel |
| Kepuasan nasabah (X_4) | 3 item | 0,810 | Reliabel |
| Loyalitas nasabah (Y) | 4 item | 0,775 | Reliabel |

Sumber Data : Data primer yang diolah tahun 2016.

Berdasarkan tabel 4.6 dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki nilai *Cronbach Alpha* > 0.60. dengan demikian, semua variabel (X_1 , X_2 , X_3 , X_4 dan Y) dapat dikatakan *reliabel*.

Untuk tingkat validitas, dilakukan tingkat uji signifikansi dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel untuk *degree of freedom* (df) = n-k dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah konstruk. Pada kasus ini, besarnya df dapat dihitung 30-4 atau df 26 dengan alpha 0,05 didapat r tabel 0,361 Jika r hitung (untuk r tiap butir dapat dilihat pada kolom *Corrected Item Total Corelation*) lebih besar dari r tabel dan nilai

r positif, maka butir atau pertanyaan tersebut dikatakan valid. Hasil analisis validitas dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Instrumen

| Variabel | Item | Corected Item-Total Correlation (r hitung) | r tabel | Keterangan |
|---|------|--|---------|------------|
| Nilai nasabah (X ₁) | P1 | 0,538 | 0,361 | Valid |
| | P2 | 0,668 | 0,361 | Valid |
| | P3 | 0,612 | 0,361 | Valid |
| | P4 | 0,692 | 0,361 | Valid |
| | P5 | 0,658 | 0,361 | Valid |
| Kualitas produk (X ₂) | P1 | 0,675 | 0,361 | Valid |
| | P2 | 0,586 | 0,361 | Valid |
| | P3 | 0,482 | 0,361 | Valid |
| Kualitas jasa syariah (X ₃) | P1 | 0,569 | 0,361 | Valid |
| | P2 | 0,867 | 0,361 | Valid |
| | P3 | 0,701 | 0,361 | Valid |
| | P4 | 0,814 | 0,361 | Valid |
| | P5 | 0,675 | 0,361 | Valid |
| | P6 | 0,604 | 0,361 | Valid |
| | P7 | 0,585 | 0,361 | Valid |
| | P8 | 0,687 | 0,361 | Valid |
| | P9 | 0,534 | 0,361 | Valid |
| | P10 | 0,748 | 0,361 | Valid |
| | P11 | 0,495 | 0,361 | Valid |
| | P12 | 0,829 | 0,361 | Valid |
| | P13 | 0,802 | 0,361 | Valid |
| | P14 | 0,727 | 0,361 | Valid |
| | P15 | 0,685 | 0,361 | Valid |
| | P16 | 0,392 | 0,361 | Valid |

| | | | | |
|----------------------------|-----|-------|-------|--------------|
| | P17 | 0,423 | 0,361 | <i>Valid</i> |
| | P18 | 0,733 | 0,361 | <i>Valid</i> |
| | P19 | 0,393 | 0,361 | <i>Valid</i> |
| | P20 | 0,581 | 0,361 | <i>Valid</i> |
| Kepuasan nasabah (X_4) | P1 | 0,727 | 0,361 | <i>Valid</i> |
| | P2 | 0,487 | 0,361 | <i>Valid</i> |
| | P3 | 0,805 | 0,361 | <i>Valid</i> |
| Loyalitas nasabah (Y) | P1 | 0,796 | 0,361 | <i>Valid</i> |
| | P2 | 0,552 | 0,361 | <i>Valid</i> |
| | P3 | 0,491 | 0,361 | <i>Valid</i> |
| | P4 | 0,540 | 0,361 | <i>Valid</i> |

Sumber Data : Data primer yang diolah tahun 2016.

Berdasarkan tabel 4.7 di atas dapat diketahui bahwa masing-masing item memiliki r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} (0,361) dan bernilai positif. Dengan demikian butir atau pertanyaan tersebut rata-rata dikatakan *valid*.

C. Deskripsi Angket Penelitian

1. Variabel Nilai Nasabah (X_1)

Nilai nasabah (*customer value*) adalah penilaian keseluruhan nasabah dari kegunaan produk atau jasa berdasarkan persepsi tentang apa yang diterima dan apa yang diberikan.

Indikator nilai nasabah yang digunakan dalam penelitian ini adalah: adanya *functional value*, rasa *emotional value* positif setelah penggunaan produk, kemudahan *customer service value* kepada semua nasabah, adanya keadilan harga bagi hasil untuk semua para nasabah dan adanya pengelolaan dana zakat dan penyaluran dana kebajikan. Adapun tanggapan nasabah terhadap nilai nasabah Bank Syariah Mandiri Kudus dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.8
Variabel Nilai Nasabah (X_1)

| Butir Pertanyaan | Nilai Nasabah (X_1) | | | | | Rata-rata |
|---------------------|-------------------------|----|----|----|----|-----------|
| | STS | TS | RG | S | SS | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| P1 | 0 | 1 | 5 | 16 | 78 | 4,71 |
| P2 | 0 | 0 | 10 | 23 | 67 | 4,57 |
| P3 | 0 | 4 | 17 | 26 | 53 | 4,28 |
| P4 | 0 | 4 | 9 | 25 | 62 | 4,45 |
| P5 | 0 | 1 | 5 | 26 | 68 | 4,61 |
| Total | | | | | | 22,62 |
| Rata-rata (mean) | | | | | | 4,52 |
| Modus | | | | | | 5 |

Sumber: Olah Data SPSS Tahun 2016.

Berdasarkan tabel 4.8 di atas maka skor rata-rata menunjukkan angka 4,52 dan nilai yang terbanyak atau nilai yang sering muncul (modus) adalah 5 yang berarti sebagian tanggapan responden pada skor 5 atas variabel nilai nasabah Bank Syariah Mandiri Kudus.

2. Variabel Kualitas Produk (X_2)

Kualitas produk adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk yang memenuhi atau melebihi harapan nasabah.

Indikator kualitas produk yang digunakan dalam penelitian ini adalah: Islamic banking system was introduced because Muslims are prohibited from receiving or giving interest, Islamic Bank operates under Shariah, compliance in the operation of the Islamic banking system, profit and loss sharing principle is the only principle that can replace interest. Adapun tanggapan nasabah terhadap kualitas produk Bank Syariah Mandiri Kudus dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.9
Variabel Kualitas Produk (X₂)

| Butir Pertanyaan | Kualitas Produk (X ₂) | | | | | Rata-rata |
|---------------------|-----------------------------------|----|----|----|----|-----------|
| | STS | TS | RG | S | SS | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| P1 | 0 | 0 | 8 | 16 | 76 | 4,68 |
| P2 | 0 | 2 | 13 | 16 | 69 | 4,52 |
| P3 | 0 | 4 | 7 | 9 | 80 | 4,65 |
| Total | | | | | | 13,85 |
| Rata-rata (mean) | | | | | | 4,62 |
| Modus | | | | | | 5 |

Sumber: Olah Data SPSS Tahun 2016.

Berdasarkan tabel 4.9 di atas maka skor rata-rata menunjukkan angka 4,62 dan nilai yang terbanyak atau nilai yang sering muncul (modus) adalah 5 yang berarti sebagian tanggapan responden pada skor 5 atas variabel kualitas produk Bank Syariah Mandiri Kudus.

3. Variabel Kualitas Jasa Syariah (X₃)

Kualitas jasa syariah adalah suatu bentuk penilaian dari nasabah atas penyajian jasa oleh perusahaan yang menyandarkan setiap aktivitasnya kepada nilai-nilai moral yang sesuai dengan *syara'* dan dikaitkan dengan istilah model CARTEL.

Dimensi dan indikator kualitas jasa syariah yang digunakan dalam penelitian ini adalah: *compliance* (run on Islamic principles, no interest neither paid nor taken, provision of Islamic products and services, provision of free interest loans, Provision of profit-sharing investment products), *assurance* (politeness and friendly staff, ease of access to account information, knowledgeable and experienced management team), *reliability* (convenience short time for service anywhere, wide range of products and services provided, Security of transactions), *tangibles* (speed and efficiency of transactions, opening hours of operations, external appearance), *empathy* (bank location easy to getting

to the bank, parking available, provision of financial advices), *responsiveness* (way staff treat customers, availability of credit on favourable terms, knowledge of customer's business or willing to help).

Adapun tanggapan nasabah terhadap kualitas jasa syariah Bank Syariah Mandiri Kudus dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.10
Variabel Kualitas Jasa Syariah (X_3)

| Butir Pertanyaan | Kualitas Jasa Syariah (X_3) | | | | | Rata-rata |
|---------------------|---------------------------------|----|----|----|----|-----------|
| | STS | TS | RG | S | SS | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| P1 | 3 | 5 | 13 | 65 | 14 | 3,82 |
| P2 | 1 | 2 | 20 | 67 | 10 | 3,83 |
| P3 | 1 | 1 | 13 | 73 | 12 | 3,94 |
| P4 | 1 | 6 | 12 | 72 | 9 | 3,82 |
| P5 | 1 | 6 | 15 | 69 | 9 | 3,79 |
| P6 | 0 | 2 | 2 | 83 | 13 | 4,07 |
| P7 | 0 | 2 | 3 | 83 | 12 | 4,05 |
| P8 | 1 | 3 | 16 | 69 | 11 | 3,86 |
| P9 | 2 | 1 | 17 | 69 | 11 | 3,86 |
| P10 | 1 | 3 | 15 | 73 | 8 | 3,84 |
| P11 | 1 | 4 | 20 | 63 | 12 | 3,81 |
| P12 | 1 | 2 | 7 | 66 | 24 | 4,10 |
| P13 | 0 | 1 | 8 | 71 | 20 | 4,10 |
| P14 | 1 | 6 | 12 | 72 | 9 | 3,82 |
| P15 | 1 | 6 | 15 | 69 | 9 | 3,79 |
| P16 | 0 | 2 | 2 | 83 | 13 | 4,07 |
| P17 | 0 | 2 | 3 | 83 | 12 | 4,05 |
| P18 | 1 | 3 | 16 | 69 | 11 | 3,86 |
| P19 | 2 | 1 | 17 | 69 | 11 | 3,86 |
| P20 | 1 | 3 | 15 | 73 | 8 | 3,89 |

| | |
|------------------|-------|
| Total | 78,23 |
| Rata-rata (mean) | 3,91 |
| Modus | 4 |

Sumber: Olah Data SPSS Tahun 2016.

Berdasarkan tabel 4.10 di atas maka skor rata-rata menunjukkan angka 3,91 dan nilai yang terbanyak atau nilai yang sering muncul (modus) adalah 4 yang berarti sebagian tanggapan responden pada skor 4 atas variabel kualitas jasa syariah Bank Syariah Mandiri Kudus.

4. Variabel Kepuasan Nasabah (X₄)

Kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan hasil (kinerja) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.

Demensi dan indikator kepuasan nasabah yang digunakan dalam penelitian ini adalah: *product completeness* (i am satisfied with products and services offered by my bank), *customer servis* (i am satisfied with staff's response and prompt services provided by my bank), *membership benefit* (i am satisfied with financial services advice provided by my bank). Adapun tanggapan nasabah terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Kudus dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.11
Variabel Kepuasan Nasabah (X₄)

| Butir Pertanyaan | Kepuasan Nasabah (X ₄) | | | | | Rata-rata |
|---------------------|------------------------------------|----|----|----|----|-----------|
| | STS | TS | RG | S | SS | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| P1 | 0 | 2 | 4 | 9 | 85 | 4,77 |
| P2 | 0 | 3 | 16 | 14 | 67 | 4,45 |
| P3 | 0 | 3 | 9 | 7 | 81 | 4,66 |
| Total | | | | | | 13,88 |
| Rata-rata (mean) | | | | | | 4,63 |
| Modus | | | | | | 5 |

Sumber: Olah Data SPSS Tahun 2016.

Berdasarkan tabel 4.11 di atas maka skor rata-rata menunjukkan angka 4,63 dan nilai yang terbanyak atau nilai yang sering muncul (modus) adalah 5 yang berarti sebagian tanggapan responden pada skor 5 atas variabel kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Kudus.

5. Variabel Loyalitas Nasabah (Y)

Loyalitas nasabah adalah komitmen untuk membela secara mendalam untuk membeli kembali atau berlangganan kembali produk atau layanan yang dipilih secara konsisten di masa depan, meskipun pengaruh situasi dan upaya pemasaran memiliki potensi untuk menyebabkan perubahan dalam tingkah laku. Dimensi dan indikator loyalitas nasabah yang digunakan dalam penelitian ini adalah: *re-purchase* (Para nasabah menggunakan kembali produk-produk bank syariah), *buying between product lines and services* (Para nasabah menambah menggunakan produk-produk yang lain yang di tawarkan bank syariah), *refer to others* (Para nasabah merekomendasikan produk-produk bank syariah kepada orang lain), dan *immunity against competitors* (Para nasabah menolak untuk mengakui adanya jenis-jenis produk bank lain). Adapun tanggapan nasabah terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri Kudus dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.12
Variabel Loyalitas Nasabah (Y)

| Butir Pertanyaan | Loyalitas Nasabah (Y) | | | | | Rata-rata |
|---------------------|-----------------------|----|----|----|----|-----------|
| | STS | TS | RG | S | SS | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| P1 | 0 | 10 | 15 | 9 | 66 | 4,31 |
| P2 | 0 | 10 | 24 | 21 | 45 | 4,01 |
| P3 | 0 | 13 | 25 | 20 | 42 | 3,91 |
| P4 | 0 | 8 | 12 | 14 | 66 | 4,38 |
| Total | | | | | | 16,61 |
| Rata-rata (mean) | | | | | | 4,15 |

| | |
|-------|---|
| Modus | 5 |
|-------|---|

Sumber: Olah Data SPSS Tahun 2016.

Berdasarkan tabel 4.12 di atas maka skor rata-rata menunjukkan angka 4,15 dan nilai yang terbanyak atau nilai yang sering muncul (modus) adalah 5 yang berarti sebagian tanggapan responden pada skor 5 atas variabel loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri Kudus.

D. Hasil Uji Asumsi Klasik

Berdasarkan hasil pengujian gejala penyimpangan klasik terhadap data penelitian dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi antar variabel bebas (*independent*) model yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Deteksi terhadap ada tidaknya mutikolonieritas yaitu dengan menganalisis materik korelasi variabel-variabel bebas, dapat juga dengan melihat pada nilai *tolerance* serta nilai *variance inflation factor* (VIF). Hasilnya perhitungan *coefficeient correlation* sebagai berikut:

Tabel 4.13
Coefficients^a

| Model | Correlations | | | Collinearity Statistics | |
|-------------------------|--------------|---------|------|-------------------------|-------|
| | Zero-order | Partial | Part | Tolerance | VIF |
| ¹ (Constant) | | | | | |
| Nilai Nasabah | .296 | .297 | .259 | .859 | 1.164 |
| Kualitas Produk | .397 | .309 | .270 | .898 | 1.113 |
| Kualitas Jasa Syariah | .164 | .292 | .254 | .917 | 1.090 |
| Kepuasan Nasabah | .293 | .276 | .238 | .960 | 1.041 |

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber: Olah SPSS Tahun 2016.

Berdasarkan hasil pengujian multikolonieritas yang dilakukan diketahui bahwa nilai *tolerance* variabel nilai nasabah, kualitas produk,

kualitas jasa syariah dan kepuasan nasabah masing-masing sebesar 0,859, 0,898, 0,917 dan 0,960 dan VIF masing-masing sebesar 1,164, 1,113, 1,090 dan 1,041. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada variabel bebas yang memiliki *tolerance* kurang dari 10 persen dan tidak ada variabel bebas yang memiliki nilai VIF lebih besar dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolonieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

2. Uji Autokorelasi

Hasil pengujian dengan menggunakan uji Durbin-Watson atas residual persamaan regresi diperoleh angka d-hitung sebesar 1,505 untuk menguji gejala autokorelasi maka angka d-hitung sebesar 1,505 tersebut dibandingkan dengan nilai d-teoritis dalam t tabel d-statistik. Durbin Watson dengan titik signifikansi $\alpha = 5\%$. Dari tabel d-statistik Durbin Watson diperoleh nilai dl sebesar 1,592 dan du sebesar 1,758 karena hasil pengujiannya adalah $dl < d < 4 - du$ ($1,592 < 1,505 < 4 - 1,758$), maka dapat disimpulkan bahwa data penelitian tidak ada autokorelasi positif untuk tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$. Dapat dilihat pada tabel 4.14 di bawah ini.

Tabel 4.14

Hasil Uji Autokorelasi

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1 | .557 ^a | .310 | .281 | 2.366 | 1.505 |

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Nasabah, Nilai Nasabah, Kualitas Jasa Syariah, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber: Olah SPSS Tahun 2016.

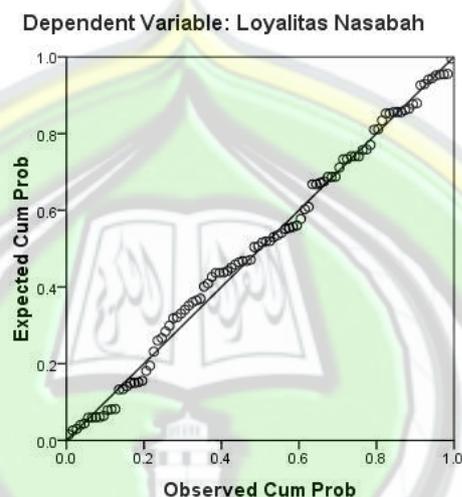
3. Uji Normalitas

Berdasarkan *Normal Probability Plot* menunjukkan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal atau

grafik histogram menunjukkan pola distribusi normal maka model regresinya memenuhi asumsi normalitas.

Gambar 4.1
Normal Probability Plot

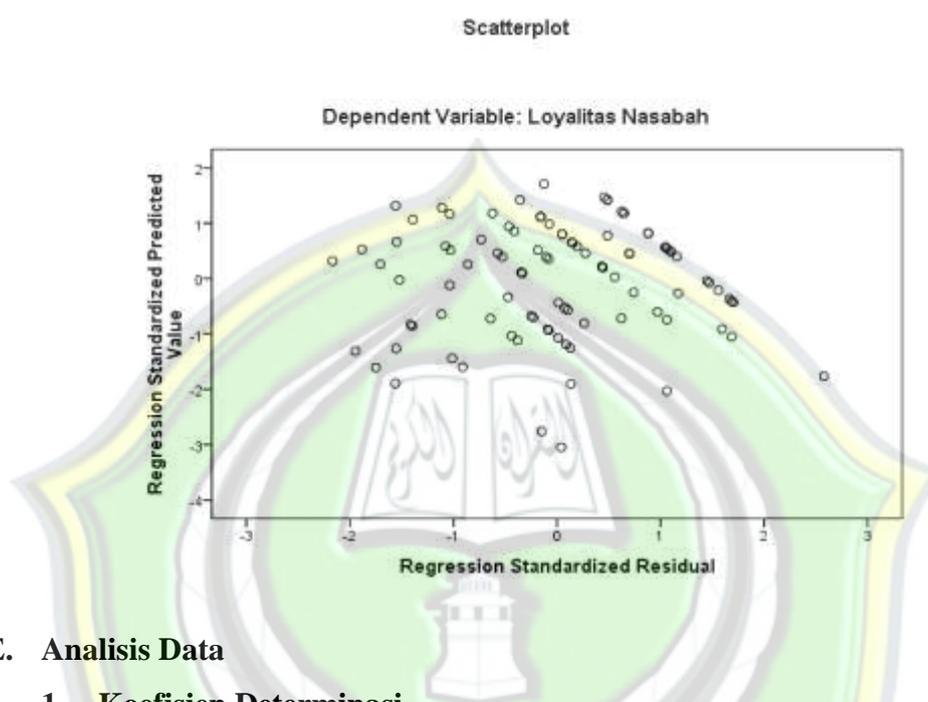
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



4. Uji Heteroskedastitas

Berdasarkan grafik *scatterplot* menunjukkan bahwa ada pola yang tidak jelas, serta ada titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi Heteroskedastitas pada model regresi.

Gambar 4.2
Grafik Scatterplot



E. Analisis Data

1. Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi R^2 digunakan untuk mengetahui seberapa baik sampel menggunakan data. R^2 mengukur sebesarnya jumlah reduksi dalam variabel *dependent* yang diperoleh dari pengguna variabel bebas. R^2 mempunyai nilai antara 0 sampai 1, dengan R^2 yang tinggi berkisar antara 0,7 sampai 1.

R^2 yang digunakan adalah nilai *adjusted R square* yang merupakan R^2 yang telah disesuaikan. *Adjusted R square* merupakan indikator untuk mengetahui pengaruh penambahan waktu suatu variabel *independent* ke dalam persamaan. Adapun hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel 4.15 di bawah ini:

Tabel 4.15
Hasil Koefisien Determinan

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|---------------|
| 1 | .557 ^a | .310 | .281 | 2.366 | 1.505 |

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Nasabah, Nilai Nasabah, Kualitas Jasa Syariah, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber: Olah SPSS Tahun 2016.

Dari *out put* di atas terlihat nilai korelasi adalah sebesar 0,557 dengan koefisien determinasi 0,281. Dengan demikian 28,1% variasi perubahan variabel loyalitas nasabah dapat dijelaskan oleh variabel nilai nasabah, kualitas produk, kualitas jasa syariah dan kepuasan nasabah.

2. Uji Parsial (Uji t)

Pengujian parsial (uji t) bertujuan untuk menguji atau mengkonfirmasi hipotesis secara individual. Uji parsial ini yang terdapat dalam hasil perhitungan statistik ditunjukkan dengan t hitung. Secara lebih rinci hasil t hitung dijelaskan dalam tabel 4.16 berikut ini:

Tabel 4.16
Koefisien Regresi

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-----------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | -12.348 | 4.622 | | -2.672 | .009 |
| Nilai Nasabah | .375 | .123 | .279 | 3.034 | .003 |
| Kualitas Produk | .561 | .177 | .285 | 3.166 | .002 |
| Kualitas Jasa Syariah | .079 | .026 | .265 | 2.976 | .004 |
| Kepuasan Nasabah | .475 | .170 | .243 | 2.799 | .006 |

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber: Olah SPSS Tahun 2016.

a. Pengaruh Nilai Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah

Dari hasil pengolahan komputer dengan menggunakan SPSS versi 16 dapat diketahui bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Hal ini terlihat nilai t_{hitung} sebesar $3,034 > t_{tabel}$ sebesar $1,984$ dengan taraf signifikansi di bawah 5% artinya H_a diterima, H_o ditolak. Dengan demikian hipotesis adanya pengaruh antara nilai nasabah terhadap loyalitas nasabah pada nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Kudus terbukti signifikan dan diterima.

b. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Nasabah

Dari hasil pengolahan komputer dengan menggunakan SPSS versi 16 dapat diketahui bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Hal ini terlihat nilai t_{hitung} sebesar $3,166 > t_{tabel}$ sebesar $1,984$ dengan taraf signifikansi di bawah 5% artinya H_a diterima, H_o ditolak. Dengan demikian hipotesis adanya pengaruh antara kualitas produk terhadap loyalitas nasabah pada nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Kudus terbukti signifikan dan diterima.

c. Pengaruh Kualitas Jasa Syariah terhadap Loyalitas Nasabah

Dari hasil pengolahan komputer dengan menggunakan SPSS versi 16 dapat diketahui bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Hal ini terlihat nilai t_{hitung} sebesar $2,976 > t_{tabel}$ sebesar $1,984$ dengan taraf signifikansi di bawah 5% artinya H_a diterima, H_o ditolak. Dengan demikian hipotesis adanya pengaruh antara kualitas jasa syariah terhadap loyalitas nasabah pada nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Kudus terbukti signifikan dan diterima.

d. Pengaruh Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah

Dari hasil pengolahan komputer dengan menggunakan SPSS versi 16 dapat diketahui bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Hal ini terlihat nilai t_{hitung} sebesar $2,799 > t_{tabel}$ sebesar $1,984$ dengan taraf signifikansi di bawah 5% artinya H_a diterima, H_o ditolak. Dengan demikian hipotesis adanya pengaruh antara kepuasan nasabah terhadap loyalitas Bank Syariah Mandiri Cabang Kudus terbukti signifikan dan diterima.

3. Persamaan Regresi

Setelah diketahui hasil uji parsial, maka peneliti memberikan persamaan regresi yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Dari hasil di atas, maka bentuk persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = -12,348 + 0,375x_1 + 0,561x_2 + 0,079x_3 + 0,475x_4 + e$$

Keterangan:

Y = Loyalitas nasabah

X₁ = Nilai nasabah

X₂ = Kualitas produk

X₃ = Kualitas jasa syariah

X₄ = Kepuasan nasabah

a = Konstanta

e = Variabel independent lain di luar model regresi

- Nilai sebesar -12,348 merupakan konstanta, artinya tanpa ada pengaruh dari variabel *independent* faktor lain, maka variabel loyalitas nasabah (Y) mempunyai nilai sebesar konstanta tersebut yaitu -12,348.
- Koefisien regresi 0,375 menyatakan bahwa terjadi peningkatan nilai nasabah akan meningkatkan nilai nasabah sebesar 0,375 tanpa dipengaruhi faktor lain
- Koefisien regresi 0,561 menyatakan bahwa terjadi kenaikan kualitas produk akan meningkatkan kualitas produk sebesar 0,561 tanpa dipengaruhi faktor lain.
- Koefisien regresi 0,079 menyatakan bahwa terjadi kenaikan kualitas jasa syariah akan meningkatkan kualitas jasa syariah sebesar 0,079 tanpa dipengaruhi faktor lain.
- Koefisien regresi 0,475 menyatakan bahwa terjadi kenaikan kepuasan nasabah akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,475 tanpa dipengaruhi faktor lain.

F. Pembahasan

1. Pengaruh Nilai Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah

Variabel nilai nasabah memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Kudus ini dibuktikan dari hasil pengolahan komputer dengan menggunakan SPSS versi 16 dapat diketahui bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Hal ini terlihat nilai t_{hitung} sebesar 3,034 $> t_{tabel}$ sebesar 1,984 dengan taraf signifikansi di bawah 5% artinya H_0 diterima, H_0 ditolak. Dengan demikian hipotesis adanya pengaruh antara nilai nasabah terhadap loyalitas nasabah pada nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Kudus terbukti signifikan dan diterima.

Nilai nasabah menurut Zeithaml dalam Tinik Sugiati adalah penilaian keseluruhan konsumen dari kegunaan produk atau servis berdasarkan persepsi tentang apa yang diterima dan apa yang diberikan. Sebuah perusahaan perbankan dikatakan mempunyai nilai yang tinggi di mata para nasabahnya kalau mampu memberikan kualitas, manfaat dan pengorbanan yang seminimal mungkin kepada para nasabahnya.

Sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Tinik Sugiati dkk, hasil dari penelitiannya dapat disimpulkan bahwa Nilai nasabah dan Kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Hypermart di Kalimantan Selatan, Indonesia.⁷

Dari penjelasan nilai nasabah tadi, semuanya akan mempengaruhi loyalitas nasabah, karena semakin tinggi tingkat nilai nasabah yang diterima para nasabah, maka semakin tinggi juga tingkat loyalitas nasabah.

2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Nasabah

Variabel kualitas produk memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Kudus ini dibuktikan dari hasil

⁷Tinik Sugiati dkk, "The Role of Customer Value on Satisfaction and Loyalty (Study on Hypermart's Customers)", *International Journal of Business and Management Invention* ISSN (Online): 2319 – 8028, ISSN (Print): 2319 – 801X www.ijbmi.org Volume 2 Issue 6| June. 2013| PP.65-70, (Management Department., Brawijaya University, Malang, East Java, Indonesia), hlm. 66.

pengolahan komputer dengan menggunakan SPSS versi 16 dapat diketahui bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Hal ini terlihat nilai t_{hitung} sebesar 3,166 $> t_{tabel}$ sebesar 1,984 dengan taraf signifikansi di bawah 5% artinya H_a diterima, H_0 ditolak. Dengan demikian hipotesis adanya pengaruh antara kualitas produk terhadap loyalitas nasabah pada nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Kudus terbukti signifikan dan diterima.

Persaingan yang semakin ketat yang ada sekarang ini perusahaan di tuntut untuk menawarkan produk yang berkualitas dan yang mampu mempunyai nilai yang lebih, sehingga berbeda dari produk pesaingnya. Kualitas produk menurut Garvin dalam Evi Asmayadi adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk yang memenuhi atau melebihi harapan konsumen atau nasabah.

Sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Evi Asmayadi, hasil dari penelitiannya dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan kualitas jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pasar tradisional di Pontianak, Indonesia.⁸

Berdasarkan uraian kualitas produk tadi, semuanya akan mempengaruhi loyalitas nasabah, karena semakin tinggi tingkat kualitas produk yang diterima para nasabah, maka semakin tinggi juga tingkat loyalitas nasabah.

3. Pengaruh Kualitas Jasa Syariah terhadap Loyalitas Nasabah

Variabel kualitas jasa syariah memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Kudus ini dibuktikan dari hasil pengolahan komputer dengan menggunakan SPSS versi 16 dapat diketahui bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Hal ini terlihat nilai t_{hitung} sebesar 2,976 $> t_{tabel}$ sebesar 1,984 dengan taraf signifikansi di bawah 5% artinya H_a diterima, H_0 ditolak. Dengan demikian hipotesis adanya pengaruh

⁸Evi Asmayadi, The Impact of Service Quality and Product Quality towards Customer Loyalty through Emotional and Functional Values in Traditional Markets in Pontianak, Indonesia, *European Journal of Business and Management* www.iisti.org ISSN 2222-1905 (Paper) ISSN 2222-2839 (Online) Vol.7, No.5, 2015, Faculty of Economics and Business, Airlangga Universit, Surabaya, Indonesia, hlm 129.

antara kualitas jasa syariah terhadap loyalitas nasabah pada nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Kudus terbukti signifikan dan diterima.

Kualitas jasa syariah menurut Abdul Qawi Othman dan Lynn Owen, adalah suatu tingkat keunggulan jasa yang menyandarkan setiap aktivitasnya kepada nilai-nilai moral sesuai dengan *syara'* yang dikaitkan dengan istilah model CARTEL yang dapat memenuhi atau melebihi harapan nasabah.

Kualitas jasa syariah dapat memberikan kontribusi yang sangat baik bagi perusahaan perbankan syariah untuk menciptakan loyalitas nasabah. Seperti dimensi *Compliance* (kepatuhan) bahwa bank syariah dalam operasionalnya menggunakan prinsip-prinsip Islam, tidak ada bunga tabungan dan bunga pinjaman, ketersediaan produk-produk dan servis Islami. *Assurance* (jaminan) memberikan pelayanan yang sopan dan ramah terhadap para nasabah, serta didukung team manajemen yang berpengetahuan dan berpengalaman dalam bidang syariah. *Reliability* (kehandalan) memiliki berbagai macam-macam produk. *Tangibles* (*bukti fisik*) memiliki bangunan fisik berupa gedung-gedung dan sarana-sarana lainnya yang bagus, indah dan berkualitas. *Emphaty* (empati) memberikan konsultan layanan jasa keuangan syariah. Ditambah dengan dimensi *Responsiveness* (daya tanggap) memperhatikan usaha para nasabahnya dan memberikan solusi bisnis.

Sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Teguh Meiyanto, hasil dari penelitiannya menyimpulkan bahwa: variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah dan variabel kepuasan nasabah juga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.⁹

Sehingga semua ini akan mempengaruhi loyalitas nasabah, *karena* semakin tinggi tingkat kualitas jasa syariah yang dijabarkan

⁹Teguh Meiyanto, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Nasabah Bank Syariah Cabang Surakarta)", *Jurnal Fakultas Ekonomi* Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2012, hlm.10.

kedalam enam dimensi tersebut, maka semakin tinggi juga tingkat loyalitas nasabah.

4. Pengaruh Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah

Variabel kepuasan nasabah memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Kudus ini dibuktikan dari hasil pengolahan komputer dengan menggunakan SPSS versi 16 dapat diketahui bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$. Hal ini terlihat nilai t_{hitung} sebesar 2,799 $> t_{tabel}$ sebesar 1,984 dengan taraf signifikansi di bawah 5% artinya H_a diterima, H_o ditolak. Dengan demikian hipotesis adanya pengaruh antara kepuasan nasabah terhadap loyalitas Bank Syariah Mandiri Cabang Kudus terbukti signifikan dan diterima.

Kepuasan nasabah menurut Philip Kotler dalam Faizan Mohsan Dkk, adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan hasil (kinerja) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang yang nantinya akan mempengaruhi loyalitas nasabah.

Sebagaimana penelitian yang dilakukan oleh Rachmat Hidayat, hasil dari penelitiannya menyimpulkan bahwa: Kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.¹⁰

Dari penjelasan kepuasan nasabah tadi, semuanya akan mempengaruhi loyalitas nasabah, karena semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah yang diterima para nasabah, maka semakin tinggi juga tingkat loyalitas nasabah.

¹⁰Rachmat Hidayat, *Op. Cit*, hlm. 70.