REPOSITORI IAIN KUDUS

BAB IV
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obeyek Penelitian

1. Sejarah Singkat PT. BPR Syariah Artha Mas Abadi Pati

PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi adalah salah satu unitusaha Pesantren Maslakul Huda yang didirikan oleh KH. MA Sahal Mahfudh (almarhum). Sistem keuangan syari'ah di lingkungan Pesantren Maslakul Huda dimulakan melalui Unit Simpan Pinjam Syari'ah (USPS) Koperasi Pesantren Maslakul Huda sejak Febuari 2002. Empat tahun kemudian tepatnya pada tanggal 28 Juni 2006, Unit Simpan Pinjam Syari'ah (USPS) berubah menjadi PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi yang telah mendapat izin operasional dari Bank Indonesia.

PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi adalah salah satu unit usaha Pesantren Maslakul Huda yang diasuh oleh KH. MA Sahal Mahfudh. Sistem keuangan syari'ah di lingkungan Pesantren Maslakul Huda dimulakan melalui Unit Simpan Pinjam Syari'ah (USPS) Koperasi Pesantren Maslakul Huda sejak Febuari 2002, melalui proses pemersiapan yang seksama. Pesantren Maslakul Huda mendapatkan ijin prinsip untuk mendirikan bank syari'ah pada 14 November 2005 (Keputusan Direktorat Perbankan Syari'ah Bank Indonesia Nomor 7/1776/DPbS) disusul penerbitan ijin usaha pada 01 Juni 2006 (Surat Keputusan Gubernur Bank Indonesia Nomor 08/46/KEP. GBI/2006), dan membuka diri melayani masyarakat umum sejak tanggal 28 Juni 2006. Letak geografis PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi di Jl. Raya Pati – Tayu Km. 19 Waturoyo Margoyoso Pati. PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi memiliki empat jaringan kantor yang terdiri dari kantor pusat (Jl. Raya Pati – Tayu Km. 19 Waturoyo Margoyoso Pati) dan kantor kas yaitu kantor kas winong (Jl. Raya Winong - Puncakwangi Km. 01 Ds. Pekalongan Kec. Winong Kab. Pati), kantor kas cluwak (Jl. Raya Tayu – Jepara

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

Km. 07 Ds. Ngablak Kec. Cluwak Kab. Pati) dan kantor kas pati (Jl. Mr. Iskandar No. 1 C Kalianyar Pati).[1]

2. Visi, Misi dan Peran PT. BPR Syariah Artha Mas Abadi Pati
   a. Visi
      Membentuk lembaga keuangan mikro berbasis syari'ah yang sehat dan tangguh sebagai wujud kepedulian pesantren Maslakul Huda terhadap masyarakat dan sebagai contoh bagi pesanren-pesantren lain.
   b. Misi
      1) Misi Umum
         Memberikan jasa penyimpanan dana masyarakat di wilayah operasional PT, BPR Syari'ah Artha Mas Abadi, serta memberikan jasa pembiayaan bagi usaha kecil di wilayah operasional PT BPR Syari'ah Artha Mas Abadi.
      2) Misi Khusus
         Menciptakan sumber pendanaan bagi Pesantren Maslakul Huda, serta menciptakan kesejahteraan bagi karyawan dan pemegang saham.[2]
3. Struktur Organisasi
   a. Dewan Komisaris
      Komisaris Utama : H. Ahmad Mutamakin, S.Pd.I
      Komisaris : H. Wakhrodi, S.Pd.I., M.Si
   b. Dewan Pengawas Syari'ah
      Ketua : H. Gufron Halim, S.E., MM
      Anggota : H. Ahmad Manhajussidad, Lc., MSI
      Anggota : Dr. H. Ahmad Daryanto M.Ag
   c. Dewan Direksi
      Direktur Utama : Hj. Sri Hariyani
      Direktur : H. Mumu Mubarok, SS., M.EI

[1] Hasil dokumentasi PT BPR Syariah Artha Mas Abadi Pati, dikutip tanggal 02 Maret 2020.

[2] Hasil dokumentasi PT BPR Syariah Artha Mas Abadi Pati, dikutip tanggal 02 Maret 2020.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

d. Koordinator Kooperasional : Muhtarul Jamil, SE

Koordinator operasional membawahi organisasi dikantor pusat dan kantor kas

1) Kantor pusat

Kasir : Isroatin Nikmah, S.E.I
Adm Dep/Tab : Ahmad Naulin Najih, S.E.I
Adm Pembiayaan : a). Isny Choiriyati, S.E.I
b). Lisa Rofiatin N,SE
Administrasi Umum : Endang Susilo Astuti, SE
Administrasi SLIK dan IT : Agus Supriyono, S.Kom
Office Boy/OB : Abdurrahman Nadi
Driver : Ahmad Afifurrohman

2) Koordinator Kantor kas

Kas Winong : Moh. Sholeh, S.Sos
Kas Cluwak : Muhtar Lutfi, SE"
Kas Pati : Agus Sa'roni, SE
Kasir
Pembukuan/penghubung
Office Boy/OB

e. Koordinator Pemasaran : Moh. Nur Hadi, S.Pd. I.

Koordinator pemasaran membawah organisasi pembantu koordinastir pemasaran wilayah.

Pembantu coordinator pemasaran wilayah:
Pusat : Setiyono, SE
Winong : Moh. Sholeh, S.Sos
Cluwak : Muhtarul Lutfi, SE
Pati : Agus Sa'roni, SE
Bidang Penghimpun Dana : Moh. Jadi, SE
Bidang Remedial: Ali Nur Hadi Ahmad Mahsun, S.Ag

f. Satuan Pengawas Interen : Ahmad Hidayatullah, SHI[3]

4. Ruang Lingkup Produk

a. Produk Simpanan

1). Tabungan iB Wadi'ah

Tabungan iB Wadi'ah merupakan tabungan yang dikeloladengan sistem wadi'ah (titipan). Dengan ketentuan:

[3] Hasil dokumentasi PT BPR Syariah Artha Mas Abadi Pati, dikutip tanggal 02 Maret 2020.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

a) Setoran awal minimal Rp. 25,000
b) Dapat diambil kapan saja
c) Dan mendapatkan bonus (athaya') yang kompetitif

2). Tabungan iB Mudharabah

Tabungan iB Mudharabah merupakan tabungan yang dikelola dengan sistem bagi hasil (mudharabah). Seperti:

a) Tabungan iB Pendidikan

Tabungan iB Pendidikan dapat membantu anda dalam merencanakan biaya pendidikan anak. Dengan ketentuan:

i. Setoran awal minimal Rp. 100.000,-
ii. Setoran selanjutnya minimal Rp. 50.000,- perbulan.
iii. Nisbah bagi hasil ditetapkan berdasarkan akad perjanjian.
iv. Jangka waktu menyesuaikan dengan jenjang pendidikan.

b) Tabungan iB Haji

Tabungan iB Haji membantu mewujudkan niat anda beribadah haji lebih mudan dan terencena. Dengan ketentuan:

i. Setoran awal minimal Rp. 100.000,-
ii. Setoran selanjutnya minimal Rp. 100.000,- perbulan.
iii. Nisbah bagi hasil ditetapkan berdasarkan akad perjanjian.
iv. Pengambilan tabungan hanya dapat dilakukan

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

untuk pembayaran ongkos naik haji (ONH).

c) Tabungan iB Masa Depan
Tabungan iB Masa Depan dapat membantu dalam merencanakan masa depan. Misalnya, rencana pernikahan, persalinan, hari tua, dan lain-lain. Dengan ketentuan:
   i. Setoran awal minimal Rp. 100.000,-
   ii. Setoran selanjutnya minimal Rp. 100.000,- perbulan.
   iii. Nisbah bagi hasil ditetapkan berdasarkan akad perjanjian.
   iv. Jangka waktu minimal 3 tahun.

d) Tabungan iB Qurban
Tabungan iB Qurban membantu merencanakan dan mewujudkan niat anda untuk melaksanakan Ibadah Qurban. Dengan ketentuan:
   i. Setoran awal minimal Rp. 50,000,-
   ii. Setoran selanjutnya minimal Rp. 50.000,- perbulan.
   iii. Penarikan tabungan dapat dilakukan pada awal bulan Dzulhijjah atau jika pengendapan sudah sampai satu tahun.

1) Deposito iB Mudharabah
Depositi iB Mudharabah merupakan layanan investasi berjangka yang dikelola dengaan sistem bagi hasil (mudharabah). Dengan ketentuan:
   a). Setoran minimal Rp. 1.000.000,-

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

b). Jangka waktu 3,6, dan 12 bulan.
c). Nisbah bagi hasil ditetapkan berdasarkan akad perjanjian.
d). Pencairan bisa dilakukan pada saat jatuh tempo.

2) Keunggulan Produk Penghimpunan Dana
Keunggulan Produk Penghimpunan Dana PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi adalah:
a). Dikelola dengan sistem syari'ah.
b). Bagi hasil atau bonus kompetitif.
c). Bebas biaya administrasi bulanan.
d). Dijamin oleh LPS (Lembaga Penjaminan Syari'ah) sampai dengan 2 Milyar Rupiah.
e) Menjadi salah satu alternatif untuk merencanakan masa depan lebih baik.
f) Menjadi salah satu alternatif investasi yang aman dan terpercaya.
g) Mendapatkan pelayanan dan fasilitas yang nyaman.
h) Mendapatkan souvenir menarik langsung pada saat pembukaan rekening.
i) Dapat dijadikan sebagai agunan pembiayaan.
j) Mendapatkan bingkisan berupa perlengkapan sekolah untuk tabungan pendidikan.

b. Produk Pembiayaan

a) Pembiayaan iB Murabahah

Pembiayaan iB Murabahah merupakan jenis pembiayaan yang menggunakan prinsip jual beli.

Pembiayaan murabahah yakni jual beli dengan harga asal ditambah dengan keuntungan yang telah disepakati antara pihak bank dan nasabah, dalam hal ini

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

bank menyebutkan harga barang kepada nasabah yang kemudian bank memberikan laba dalam jumlah tertentu sesuai dengan kesepkatan. Dalam pelaksanaannya PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi memberikan solusi terhadap seseorang yang akan membeli barang konsumtif, tetapi belum mempunyai dana yang mencukupi. Pembelian ini dapat berupa pembelian seperti sepeda motor, alat-alat elektronik, kebutuhan rumah tangga, dan lain-lain. Pembiayaan murabahah di PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi tidak menggunkan bunga dalam mengambil keuntungan tetapi menggunakan margin (keuntungan pada pihak bank) yang telah disepakati dalam akad. Pembayaran pembiayaan murabahah dilakukan setiap bulan dengan membayar pokok dan ditambah margin.

b) Pembiayaan iB Musyrakakah

Pembiayaan iB Musyarkah merupakan jenis pembiayaan yang menggunakan prinsip bagi hasil.

Musyarakah adalah perjanjian kerja sama antara dua belah pihak atau beberapa pihak, baik mengenai modal ataupun pekerjaan atau usaha untuk memperoleh keuntungan bersama. Dalam pelaksanaanya PT. BPR Syari'ah Artha Mas Abadi akad musyarakah dilakukan dengan bentuk kerja sama dengan petani dalam usaha pertanian. Dalam perjanjiannya akad ini menggunakan prinsip bagi hasil. Proyeksi usaha dilakukan diawal agar dapat mengetahui gambaran besarnya keuntungan yang di dapat sehingga dapat ditentukan besaran bagi hasil untuk kedua belah pihak. Pembayaran pada akad musyarakah

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

dilakukan setelah nasabah sudah panen. Lama pembiayaan ini adalah 4, 5, dan 6 bulan.

c. Pembiayaan iB Multijasa

Pembiayaan iB Multijasa merupakan jenis pembiayaan yang menggunakan akad ijarah.

Dalam dunia perbankan, seseorang yang ingin mengajukan pembiayaan salah satu syaratnya harus mempunyai usaha yang diajukan untuk dibiyai, tetapi jika pembiayaan ini dilakukan untuk kebutuhan non-usaha maka solusinya adalah dengan pembiayaan multijasa. Pembiayaan multijasa merupakan pembiayaan yang dikhususkan sebagai solusi persoalan keuangan yang berkaitan dengan biaya pendidikan, biaya kesehatan, biaya perjalanan umroh, maupun biaya pernikahan atau biaya khitanan. Pembiayaan iB Multijasa yang ditawarkan kepada nasabah memakai prinsip syariah dengan menggunakan akad ijarah, dengan jangka waktu yang ditawarkan 10 s/d 60 bulan dengan ujroh atau fee yang relatif ringan. Keunggulan dari pembiayaan iB Multijasa diantaranya proses cepat dan mudah serta ujroh atau fee yang murah dan kompetitif.

d. Pembiayaan iB Gadai Emas

Pembiayaan iB Gadai Emas merupakan pembiayaan dengan menggunakan prinsip qard, ijarah, dan rahn.

Pembiayaan iB Gadai Emas merupakan solusi permasalahan keuangan tanpa harus kehilangan barang-barang perhiasaan nasbaha. Keunggulan dari pembiayaan iB Gadai Emas diantaranya,

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

proses cepat dan mudah, biaya penyimpanan kompetitif, dikelola secara syariah, jangka wkatu 4 hulan dan dapat diperpanjang. Gadai emas dilakukan dengan menggunakan akad rahn. Qardh dan ijarah, praktek pembiayaan ini seperti pada lembaga pegadaian, tetapi khusus menggunakan emas. Emas yang dijadikan jaminan akan ditaksir beberapa kadar karatnya sehingga harga emas dapat diketahui secara adil. Setalah itu baru ditimbang beratnya. Pembiayaan yang diberikan tidak lebih dari 75% dari harga emas saat penaksiran.[4]

B. Gambaran Umum Responden

1. Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner diperoleh tabel tentang jumlah responden berdasarkan jenis kelamin sebagai berikut:

Tabel 4.1
Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin[5]

JenisKelamin	Jumlah	Presentase
Laki-laki	31	31
Perempuan	69	69
Jumlah	100	100

Berdasarkan table 4.1, dapat diketahui bahwa dari 100 responden mayoritas yaitu perempuan sebanyak 31% atau 31 responden. Sedangkan untuk laki-laki sebanyak 69% atau 69 responden.

2. Usia Responden

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner diperoleh tabel tentang jumlah responden berdasarkan usia sebagai berikut:

[4] Hasil dokumentasi PT BPR Syariah Artha Mas Abadi Pati, dikutip tanggal 02 Maret 2020.

[5] Hasil olah SPSS berdasarkan deskripsi responden dilihat dari jenis kelamin.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

Tabel 4.2
Deskripsi Responden Berdasarkan Usia[6]

Usia	Jumlah	Presentase
< 17 tahun	0	0
17 – 25 tahun	18	18
25 – 40 tahun	44	44
40 – 55 tahun	31	31
> 55 tahun	7	7
Jumlah	100	100

Beradasarkan table 4.2, dapat diketahui bahwa responden yang berusia < 17 tahun sebanyak 0 % atau tidak ada responden berusia < 17 tahun, yang berusia 17 – 25 tahun sebanyak 18% atau 18 responden, yang berusia 25 – 40 tahun sebanyak 44% atau 44 responden, yang berusia 40 – 55 tahun sebanhyak 31% atau 31 responden dan yang terakhir berusia > 55 tahun sebanyak 7% atau 7 responden.

3. Pendidikan Responden

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner diperoleh tabel tentang jumlah responden berdasarkan pendidikan sebagai berikut:

Tabel 4.3
Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan[7]

Pendidikan	Jumlah	Presentase
SD	8	8
SLTP	20	20
SLTA	39	39
Diploma	8	8
Sarjana	24	24
Lain-lain	1	1
Jumlah	100	100

[6] Hasil olah SPSS berdasarkan deskripsi responden dilihat dari usia.
[7] Hasil olah SPSS berdasarkan deskripsi responden dilihat dari pendidikan.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

Berdasarkan table 4.3, dapat diketahui bahwa pendidikan terakhir dari 100 responden di PT. BPR Syariah Artha Mas Abadi Pati mayoritas adalah SLTA sebanyak 39% atau 39 responden. Yang berpendidikan SD sebanyak 8% atau 8 responden. Yang berpendidikan SLTP sebanyak 20% atau 20 responden. Yang berpendidikan Diploma sebanyak 8% atau 8 responden. Yang berpendidikan sarjana sebanyak 24% atau 24 responden dan terakhir yang berpendidikan lain-lain sebanyak 1% atau 1 respoinden.

4. Pekerjaan Responden

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner diperoleh tabel tentang jumlah responden berdasarkan pekerjaan sebagai berikut:

Tabel 4.4
Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan[8]

Pekerjaan	Jumlah	Presentase
Wiraswasta	29	29
Mahasiswa/Pelajar	9	9
Karyawan	24	24
PNS	24	24
Lain-lain	14	14
Jumlah	100	100

Beradasarkan tabel 4.4, dapat diketahui bahwa pekerjaan yang menduduki peringkat tertinggi yaitu pekerjaan sebagai wiswasta sebanyak 29% atau 29 responden. Sedangkan peringkat kedua adalah pekerjaan sebagai karyawan dan PNS sebanyak 24% atau 24 responden. Peringkat ketiga adalah lain-lain sebanyak 14% atau 14 responden dan yang terakhir perjaan sebagai mahasiswa atau pelajar sebanyak 9% atau 9 responden.

[8] Hasil olah SPSS berdasarkan deskripsi responden dilihat dari pekerjaan.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

5. Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner diperoleh tabel tentang jumlah responden berdasarkan berapa lama menjadi nasabah sebagai berikut:

Tabel 4.5
Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah[9]

Berapa Lama	Jumlah	Presentase
< 1 tahun	33	33
1 - 3 tahun	44	44
3 – 5 tahun	12	12
> 5 tahun	11	11
Jumlah	100	100

Beradasarkan tabel 4.5, dapat diketahui berapa lama menjadi nasabah di PT BPR Syariah Artha Mas Abadi yang pertama adalah < 1 tahun sebanyak 33% atau 33 responden. Yang kedua adalah 1 – 3 tahun sebanyak 44% atau 44 responden. Yang ketiga adalah 3 – 5 tahun sebanyak 12% atau 12 responden dan yang terakhir > 5 tahun sebanyak 11% atau 11 responden.

C. Deskripsi Angket

1. Variabel Marketing Syariah

Berdasarkan hasil kuesioner dari variabel marketing syariah dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.6
Frekuensi Variabel Marketing Syariah[10]

Item	Total STS	%	Total TS	%	Total N	%	Total S	%	Total SS	%
MS_1	0	0 %	0	0 %	23	23 %	56	56 %	21	21 %
MS_2	0	0 %	2	2 %	22	22 %	56	56 %	20	20 %

[9] Hasil olah SPSS berdasarkan deskripsi responden dilihat dari lama menjadi nasabah.

[10] Hasil olah data SPSS berdasarkan variabel marketing syariah.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

MS_3	0	0%	3	3%	26	26%	49	49%	22	22%
MS_4	0	0%	2	2%	23	23%	50	50%	25	25%
MS_5	0	0%	3	3%	22	22%	53	53%	22	22%
MS_6	0	0%	4	4%	16	16%	58	58%	22	22%

a. Pada item pertanyaan pertama yaitu selalu jujur dalam memasarkan produknya. 23% atau 23 responden menyatakan netral, 56% atau 56 responden menyatakan setuju dan 21% atau 21 responden menyatakan sangat setuju.
b. Pada item pertanyaan kedua yaitu Selalu ramah dalam segala aktivitas pemasaran. 2% atau 2 responden menyatakan tidak setuju, 22% atau 22 responden menyatakan netral, 56% atau 56 responden menyatakan setuju, dan 20% atau 20 responden menyatakan sangat setuju.
c. Pada item pertanyaan ketiga yaitu bersikap adil terhadap nasabah. 3% atau 3 reponden menyatakan tidak setuju, 26% atau 26 responden menyatakan netral, 49% atau 49 responden menyatakan setuju, dan 22% atau 22 responden menyatakan sangat setuju.
d. Pada item pertanyaan keempat yaitu berpenampilan berbusana muslim , bersih, rapi dan bersahaja. 2% atau 2 responden menyatakan tidak setuju, 23% atau 23 reponden menyatakan netral, 50% atau 50 responden menyatakan setuju, dan 25% atau 25 responden menyatakan sangat setuju.
e. Pada item pertanyaan kelima yaitu bekerja professional dan mengedepankan nilai-nilai religious dalam segala aktivitas

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

pemasaran. 3% atau 3 responden menyatakan tidak setuju, 22% atau 22 responden menyatakan netral, 53% atau 53 responden menyatakan setuju, dan 22% atau 22 responden menyatakan sangat setuju.

f. Pada item pertanyaan keenam yaitu dalam memasarkan produk mengedepankan prinsip ukhuwwah (persaudaraan antar manusia) sehingga ada kenyamanan tersendiri bagi nasabah yang dilayani. 4% atau 4 responden menyatakan tidak setuju, 16% atau 16 responden menyatakan netral, 58% atau 58 responden menyatakan setuju, dan 22% atau 22 responden menyatakan sangat setuju.

2. Variabel Kualitas Pelayanan Islami

Berdasarkan hasil kuesioner dari variabel kualitas pelayanan islami dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.7
Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan Islami[11]

Item	Total STS	%	Total TS	%	Total N	%	Total S	%	Total SS	%
KPI_1	"0"	0 %	1	1 %	22	22 %	58	58 %	19	19 %
KPI_2	0	0 %	0	0 %	22	22 %	62	62 %	16	16 %
KPI_3	0	0 %	0	0 %	27	27 %	56	56 %	17	17 %
KPI_4	0	0 %	0	0 %	21	21 %	60	60 %	19	19 %
KPI_5	0	0 %	0	0 %	22	22 %	56	56 %	22	22 %
KPI_6	0	0 %	0	0 %	23	23 %	60	60 %	17	17 %

[11] Hasil olah data SPSS berdasarkan variabel kualitas pelayanan islami.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

KPI_7	0	0%	1	1%	18	18%	63	63%	18	18%
KPI_8	0	0%	1	1%	19	19%	67	67%	13	13%
KPI_9	0	0%	0	0%	27	27%	61	61%	12	12%
KPI_10	0	0%	0	0%	30	30%	49	49%	21	21%
KPI_11	0	0%	0	0%	33	33%	50	50%	17	17%

a. Pada item pertanyaan pertama yaitu menerapkan ketentuan layanan produk secara islami. 1% atau 1 responden menyatakan tidak setuju, 22% atau 22 reponden menyatakan netral, 58% atau 58 responden menyatakan setuju, dan 19% atau 19 responden menyatakan sangat setuju.
b. Pada item pertanyaan kedua yaitu tidak ada pembayaran bunga baik untuk simpanan maupun pembiayaan. 22% atau 22 reponden menyatakan netral, 62% atau 62 responden menyatakan setuju, dan 16% atau 16 responden menyatakan sangat setuju.
c. Pada item pertanyaan ketiga yaitu tim manajemen yang berpengalaman dan berpengetahuan yang luas. 27% atau 27 reponden menyatakan netral, 56% atau 56 responden menyatakan setuju, dan 17% atau 17 responden menyatakan sangat setuju.
d. Pada item pertanyaan keempat yaitu melayani dengan sopan dan ramah. 21% atau 21 reponden menyatakan netral, 60% atau 60 responden menyatakan setuju, dan 19% atau 19 responden menyatakan sangat setuju.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

e. Pada item pertanyaan kelima yaitu mampu memberikan layanan yang cepat dan tepat. 22% atau 22 reponden menyatakan netral, 56% atau 56 responden menyatakan setuju, dan 22% atau 22 responden menyatakan sangat setuju.
f. Pada item pertanyaan keenam yaitu merespon keluhan nasabah dengan baik. 23% atau 23 reponden menyatakan netral, 60% atau 60 responden menyatakan setuju, dan 17% atau 17 responden menyatakan sangat setuju.
g. Pada item pertanyaan ketujuh yaitu penampilan kantor yang menarik. 1% atau 1 responden menyatakan tidak setuju, 18% atau 18 reponden menyatakan netral, 63% atau 63 responden menyatakan setuju, dan 18% atau 18 responden menyatakan sangat setuju.
h. Pada item pertanyaan kedelapan yaitu tersedia fasilitas umum seperti ruang tunggu dan tempat parkir. 1% atau 1 responden menyatakan tidak setuju, 19% atau 19 reponden menyatakan netral, 67% atau 67 responden menyatakan setuju, dan 13% atau 13 responden menyatakan sangat setuju.
i. Pada item pertanyaan kesembilan yaitu karyawan menangani nasabah dengan penuh perhatian dan kesabaran. 27% atau 27 reponden menyatakan netral, 61% atau 61 responden menyatakan setuju, dan 12% atau 12 responden menyatakan sangat setuju.
j. Pada item pertanyaan kesepuluh yaitu menyimpan data secara benar dan akurat. 30% atau 30 reponden menyatakan netral, 49% atau 49 responden menyatakan setuju, dan 21% atau 21 responden menyatakan sangat setuju.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

k. Pada item pertanyaan kesebelasyaitu karyawan melayanani nasabah sesuai dengan yang dijanjikan. 33% atau 33 reponden menyatakan netral, 50% atau 50 responden menyatakan setuju, dan 17% atau 17 responden menyatakan sangat setuju.

3. Variabel Kualitas Produk

Berdasarkan hasil kuesioner dari variabel kualitas produk dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.8
Frekuensi Variabel Kualitas Produk[12]

Item	Total STS	%	Total TS	%	Total N	%	Total S	%	Total SS	%
KP_1	0	0 %	0	0 %	22	22 %	56	56 %	22	22 %
KP_2	0	0 %	1	1 %	21	21 %	55	55 %	23	23 %
KP_3	0	0 %	0	0 %	23	23 %	52	52 %	25	25 %
KP_4	0	0 %	0	0 %	20	20 %	57	57 %	23	23 %
KP_5	0	0 %	0	0 %	17	17 %	63	63 %	20	20 %
KP_6	0	0 %	0	0 %	20	20 %	48	48 %	32	32 %
KP_7	0	0 %	0	0 %	23	23 %	51	51 %	26	26 %
KP_8	0	0 %	2	2 %	28	28 %	45	45 %	25	25 %
KP_9	0	0 %	2	2 %	22	22 %	51	51 %	25	25 %

[12] Hasil olah data SPSS berdasarkan variabel kualitas produk.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

a. Pada item pertanyaan pertama yaitu memiliki produk yang menguntungkan dan bermanfaat. 22% atau 22 reponden menyatakan netral, 56% atau 56 responden menyatakan setuju, dan 22% atau 22 responden menyatakan sangat setuju.
b. Pada item pertanyaan kedua yaitu memiliki banyak pilihan produk simpanan maupun pembiayaan. 1% atau 1 responden menyatakan tidak setuju, 21% atau 21 reponden menyatakan netral, 55% atau553 responden menyatakan setuju, dan 23% atau 23 responden menyatakan sangat setuju.
c. Pada item pertanyaan ketiga yaitu produk dapat dihandalkan untuk kebutuhan masa yang akan datang. 23% atau 23 reponden menyatakan netral, 52% atau 52 responden menyatakan setuju, dan 25% atau 25 responden menyatakan sangat setuju.
d. Pada item pertanyaan keempat yaitu memiliki produk yang sesuai dengan kebutuhan nasabahnya. 20% atau 20 reponden menyatakan netral, 57% atau 57 responden menyatakan setuju, dan 23% atau 23 responden menyatakan sangat setuju.
e. Pada item pertanyaan kelima yaitu memiliki produk yang terjamin keamanannya. 17% atau 17 reponden menyatakan netral, 63% atau 63 responden menyatakan setuju, dan 20% atau 20 responden menyatakan sangat setuju.
f. Pada item pertanyaan keenam yaitu terjaminnya kerahasiaan data nasabah. 20% atau 20 reponden menyatakan netral, 48% atau 48 responden menyatakan setuju, dan 32% atau 32 responden menyatakan sangat setuju.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

g. Pada item pertanyaan ketujuh yaitu kemudahan syarat dan proses pengajuan penggunaan produk yang cepat. 23% atau 23 reponden menyatakan netral, 51% atau 51 responden menyatakan setuju, dan 26% atau 26 responden menyatakan sangat setuju.
h. Pada item pertanyaan kedelapan yaitu memiliki produk simpanan dan pembiayaan yang menarik. 2% atau 2 responden menyatakan tidak setuju, 28% atau 28 reponden menyatakan netral, 45% atau 45 responden menyatakan setuju, dan 25% atau 25 responden menyatakan sangat setuju.
i. Pada item pertanyaan kesembilan yaitu kualitas yang dirasakan lebih nyaman dan memuaskan pelayanan jasa yang diberikan. 2% atau 2 responden menyatakan tidak setuju, 22% atau 22 reponden menyatakan netral, 51% atau 51 responden menyatakan setuju, dan 25% atau 25 responden menyatakan sangat setuju.

4. Variabel Loyalitas Nasabah

Berdasarkan hasil kuesioner dari variabel loyalitas nasabah dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.9
Frekuensi Variabel Loyalitas Nasabah[13]

Item	Total STS	%	Total TS	%	Total N	%	Total S	%	Total SS	%
LN_1	0	0 %	0	0 %	34	34 %	47	47 %	19	19 %
LN_2	0	0 %	2	2 %	31	31 %	42	42 %	25	25 %
LN	0	0	0	0	37	37	45	45	18	18

[13] Hasil olah data SPSS berdasarkan variabel loyalitas nasabah.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

_3		%		%		%		%		%
LN _4	0	0 %	0	0 %	32	32 %	51	51 %	17	17 %
LN _5	0	0 %	3	3 %	27	27 %	53	53 %	17	17 %

a. Pada item pertanyaan pertama yaitu menggunakan produk dalam jangka waktu relative lama. 34% atau 34 reponden menyatakan netral, 47% atau 47 responden menyatakan setuju, dan 19% atau 19 responden menyatakan sangat setuju.
b. Pada item pertanyaan kedua yaitu menggunakan berbagai macam produk. 2% atau 2 responden menyatakan tidak setuju, 31% atau 31 reponden menyatakan netral, 42% atau 42 responden menyatakan setuju, dan 25% atau 25 responden menyatakan sangat setuju.
c. Pada item pertanyaan ketiga yaitu merekomendasikan kepada orang lain seperti saudara, teman dan lainnya agar tertarik untuk menabung atau pembiayaan. 37% atau 37 reponden menyatakan netral, 45% atau 45 responden menyatakan setuju, dan 18% atau 18 responden menyatakan sangat setuju.
d. Pada item pertanyaan keempat yaitu menyarankan atau menganjurkan kepada teman atau saudara untuk menabung atau pembiayaan. 32% atau 32 reponden menyatakan netral, 51% atau 51 responden menyatakan setuju, dan 17% atau 17 responden menyatakan sangat setuju.
e. Pada item pertanyaan kelima yaitu tidak menggunakan jasa atau layanan yang ditawarkan oleh lembaga keuangan lainnya. 3% atau 3 responden menyatakan tidak setuju, 27% atau 27 reponden menyatakan netral, 53% atau 53 responden

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

menyatakan setuju, dan 17% atau 17 responden menyatakan sangat setuju.

D. Hasil Uji Instrumen Penelitian

1. Hasil Uji Validitas Instrumen

Uji validitas dihitung dengan menggunakan sampel non responden berjumlah 30 responden. Menurut V. Wiratna Sujarwenji menyatakan bahwa dapat dikatakan valid jika hasil r tabel lebih kecil dari r hitung dengan df= n-2 dan nilai signifikansi 5%.[14] Hasil dari uji validitas tiap-tiapvariabel disajikan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Variabel Marketing Syariah[15]

No. ButirInstrumen	Variabel	*Corrected Item-Total Correlation*	R Tabel	Keterangan
1	Marketing Syariah	0,709	0,3610	Valid
2		0,736	0,3610	Valid
3		0,701	0,3610	Valid
4		0,757	0,3610	Valid
5		0,664	0,3610	Valid
6		0,688	0,3610	Valid

[14]V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, 108.

[15] Hasil olah data SPSS berdasarkan uji validitas variabel marketing syariah.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

Tabel 4.11
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan Islami[16]

No. ButirInstrumen	Variabel	*CorrectedItem-Total Correlation*	R Tabel	Keterangan
1	Kualitas Pelayanan Islami	0,669	0,3610	Valid
2		0,689	0,3610	Valid
3		0,676	0,3610	Valid
4		0,734	0,3610	Valid
5		0,719	0,3610	Valid
6		0,605	0,3610	Valid
7		0,718	0,3610	Valid
8		0,671	0,3610	Valid
9		0,602	0,3610	Valid
1		0,572	0,3610	Valid
11		0,538	0,3610	Valid

Tabel 4.12
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk[17]

No. ButirInstrumen	Variabel	*Corrected Item-Total Correlation*	R Tabel	Keterangan
1	KualitasProduk	0,757	0,3610	Valid

[16] Hasil olah data SPSS berdasarkan uji validitas variabel kualitas pelayanan islami.
[17] Hasil olah data SPSS berdasarkan uji validitas variabel kualitas produk.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

2		0,626	0,3610	Valid
3		0,708	0,3610	Valid
4		0,752	0,3610	Valid
5		0,635	0,3610	Valid
6		0,647	0,3610	Valid
7		0,776	0,3610	Valid
8		0,693	0,3610	Valid
9		0,750	0,3610	Valid

Tabel 4.13
Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Nasabah[18]

No. ButirInstrumen	Variabel	*Corrected Item-Total Correlation*	R Tabel	Keterangan
1	LoyalitasNasabah	0,771	0,3610	Valid
2		0,835	0,3610	Valid
3		0,807	0,3610	Valid
4		0,788	0,3610	Valid
5		0,732	0,3610	Valid

Dari beberapa tabel diatas,dapat diketahui bahwa r tabel sebesar 0,3610. Sedangkan r hitung (*Corrected Item-Total Correlation)* memiliki nilai lebih besar

[18] Hasil olah data SPSS berdasarkan uji validitas loyalitas nasabah.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

daripada r tabel. Hal ini berarti bahwa semua indikator atau butir pertanyaan dinyatakan valid.

2. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Setelah melakukan uji validitas, selanjutnya uji reliabel dengan sampel non responden berjumlah 30 responden. Untuk mendeteksi ada tidaknya reliabel dapat melihat nilai *Cronbach's Alpha*. Masrukin menyatakan jika nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60, maka bisa dikatakan reliabel dan sebaliknya.[19] Hasil uji reliabilitas tiap-tiap variabel disajikan dalam tabel dibawah ini:

Tabel 4.14
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian[20]

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Marketing Syariah	0,855	Reliabel
2	KualitasPelayananIslami	0,890	Reliabel
3	KualitasProduk	0,898	Reliabel
4	LoyalitasNasabah	0,886	Reliabel

Dalam tabel diatas, diketahui bahwa hasil *Crobach's Alpha* setiap variabel adalah >0,60. Maka bisa disimpulkan bahwa semua variabel dinyatakan reliabel.

E. Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas memiliki tujuan untuk menguji apakah regresi diketemukan adanya korelasi

[19]Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 171.
[20] Hasil olah data SPSS berdasarkan uji reliabilitas instrumen

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

antar variabel bebas (independen). Ada tidaknya multikolinieritas bisa dideteksi dengan melihat nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF). Menurut Masrukin jika hasil perhitungan nilai tolerance lebih besar 10% (0,10) dan nilai VIF kurang dari 10% (10), yang berarti tidak ada gejala multikolinieritas antar variabel independen.[21] Hasil pengujian SPSS uji multikolinieritas diperoleh nilai toleransi dan VIF disajikan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.15
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.042	2.665		.766	.445		
marketing syariah	.299	.092	.325	3.242	.002	.687	1.456
kualitas pelayanan islami	.105	.052	.179	2.044	.044	.904	1.106
kualitas produk	.154	.060	.250	2.581	.011	.736	1.359

a. Dependent Variable: loyalitas nasabah

Hasil dari pengujian multikolinieritas varibel marketing syariah, kualitas pelayanan islami dan kualitas produk memiliki nilai tolerance maasing-masing sebesar: 0,687; 0,904; 0,736. Hal ini

[21]Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, 183

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

menunjukkan bahwa nilai tolerance tiap-tiap variabel > 0,10. Sedangkan nilai VIF tiap-tiap variable sebesar: 1,456; 1,106; 1,359. Hal ini menunjukkan bahwa nilai VIF masing-masing variabel < 0,10. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada gejala multikolinieritas antar variabel independent dalam modelregresi.

2. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi meimpunyai tujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linear ada korelasi antara kesalahan penganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Model regresi yang baik yakni model regresi yang bebas dari autokorelasi. Model pengujian menggunakan uji Darbin-Watson (DW Test).[22] Hasil pengujian SPSS uji autokorelasi diperoleh Durbin-Watson disajikan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.16
Hasil Uji Autokorelasi
Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.579[a]	.336	.315	2.426	2.092

a. Predictors: (Constant), kualitas produk, kualitas pelayanan islami, marketing Syariah
b. Dependent Variable: loyalitas nasabah

Berdasarkan dari hasil uji autokorelasi pada tabel diatas, diketahui nilai *Durbin-Watson* sebesar 2,092. Sedangkan tabel*Durbin-Watson* dengan signifikan 0,05 dan jumlah (n) = 100 dan K = 3 diperoleh nilai dL = 1,6131 dan dU = 1,7364 dan 4-dU = 2,2636. Maka hasilnya yakni dU < DW < 4-dU atau 1,7364 < 2,092 < 2,2636. Sehingga bisa disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi pada penelitian ini.

[22]Masrukhin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif,* 183

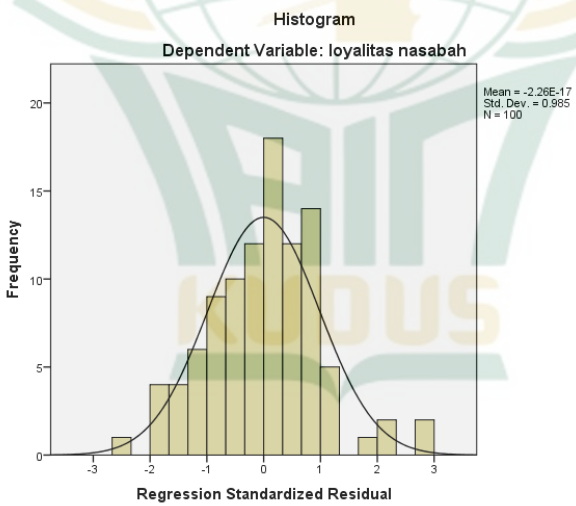
REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

3. Uji Normalitas

Uji normalitasmempunyai tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan variabel independen keduanya memiliki distribusi normal atau tidak.[23] Uji normalitas data bisa dilakukan dengan cara menggunakan grafik histogram dan juga uji probability plots. Menggunakan grafik histogram jikadata riil membentuk garis kurva cenderung tidak simetri terhadap mean (U), maka dapat dikatakan data berdistribusi tidak normal dan sebaliknya. Sedangkan menggunakan uji probability plot, jika garis data riil mengikuti garis diagonal maka dapat dikatakan berdistribusi normal.[24] Hasil pengujian SPSS uji normalitas diperoleh grafik histogram dan probability plot disajikan pada tabel sebagai berikut:

Gambar 4.1



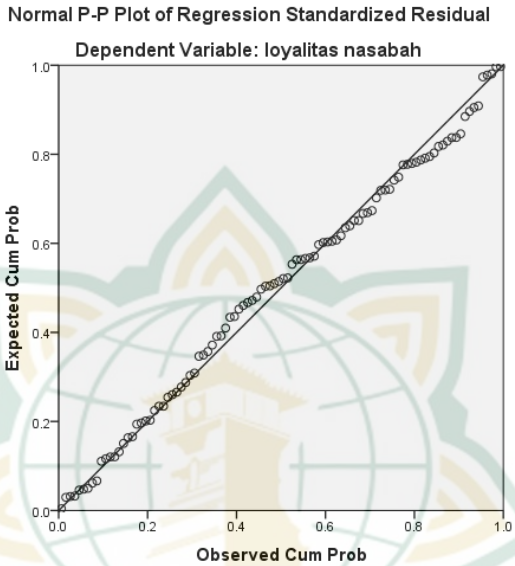
[23] V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, 225.

[24] Danang Sunyoto, *Metodologi Penelitian Akuntansi*, (Bandung: PT Refiks Aditama, 2013), 95-96.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

Gambar 4.2



Berdasarkan gambar pertama yaitu gambar grafik histogram menunjukkan berdistribusi secara normal dan membentuk lonceng sempurna. Sedangkan gambar kedua yaitu gambar grafik P Plot menunjukkan berdistribusi normal karena gasri data riil (titik-titik) mengikuti garis diagonal.

4. Uji Heteroskedasitas

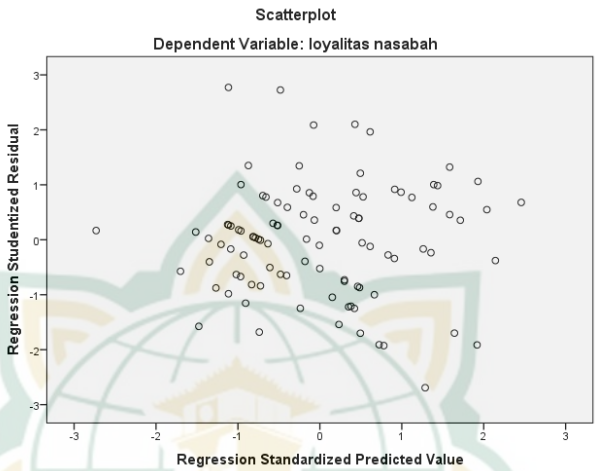
Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji terjadinya perbedaan variance residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model bisa dilihat dengan menggunakan pola gambar Scatterplot.[25] Hasil uji heteroskedasitas disajikan pada tabel sebagai berikut:

[25]V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, 159

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

Gambar 4.3



Dari gambar grafik scatterplot pada gambar diatas, menunjukkan bahwa titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y dan titik-titik tidak mengumpul atau tidak berpola. Maka bisa dikatakan bahwa variabel independent tidak terjadi heteroskedasiitas.

F. Hasil Statistik Deskriptif

Tabel 4.17
Hasil Statistik Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviatio
marketing syariah	100	16	30	23.72	3.188
kualitas pelayanan islami	100	33	55	43.21	4.975
kualitas produk	100	28	45	36.15	4.770
loyalitas nasabah	100	13	25	19.25	2.931
Valid N (listwise)	100				

Berdasarkan tabel diatas, menunjukkan nilai minimum variabel loyalitas nasbaah sebesar 13, nilai maksimum sebesar 25, nilai mean sebesar 19,25 dan nilai standar deviation sebesar 2,931. Sedangkan variabel

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

marketing syariah memiliki nilai minimum sebesar 16, nilai maksimum sebesar 30, nilai mean sebesar 23,72 dan nilai standar deviation sebesar 3,188. Variabel kualitas pelayanan islami memiliki nilai minimum sebesar 33, nilai maksimum sebesar 55, nilai mean sebesar 43,21 dan nilai standar deviation sebesar 4,975. Dan terakhir variabel kualitas produk memiliki nilai minimum sebesar 28, nilai maksimum sebesar 45, nilai mean sebesar 36,15 dan nilai standar deviation sebesar 4,770.

G. Hasil Teknis Analisis Data

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini dilakukan untuk menguji hipotesis dar ipenelitian ini yakni untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel marketing syariah, kualitas pelayanan islami dan kualitas produk terhadap loyalitas nasabah. Maka bisa diketahui hasilnya pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.18
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.042	2.665		.766	.445		
marketing Syariah	.299	.092	.325	3.242	.002	.687	1.456
kualitas pelayanan islami	.105	.052	.179	2.044	.044	.904	1.106
kualitas produk	.154	.060	.250	2.581	.011	.736	1.359

b. Dependent Variable: loyalitas nasabah

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$
$Y = 2{,}042 + 0{,}299X_1 + 0{,}105X_2 + 0{,}154X_3 + e$

Keterangan :

Y = Loyalitas Nasabah
X_1 = Marketing Syariah
X_2 = Kualitas Pelayanan Islam
X_3 = Kualitas Produk
a = Konstanta
b_1= Koefisien regresi antara marketing syariah terhadap loyalitas nasabah
b_2= Koefisien regresi antara kualitas pelayanan islami terhadap loyalitas nasabah
b_3= Koefisien regresi antara kualitas produk terhadap loyalitas nasabah
e = Error

dapat diinterprestasikan sebagai berikut:

a. Konstanta sebesar 2,042memberikan arti bahwa jika variabel marketing syariah, kualitas pelayanan islami dan kualitas produk dianggap konstanta, maka nilai loyalitas nasabah (Y) sebesar 2,042.
b. Nilai koefisien regresi variabel marketing syariah (X_1)sebesar 0,299 dan berarah positif, hal ini berarti bahwa setiap marketing syariah skornya naik satu maka loyalitasnasabah akan meningkat sebesar 0,299.
c. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan islami (X_2) sebesar 0,105dan berarah positif, hal ini berarti bahwa setiap marketing syariah skornya naik satu maka loyalitas nasabah akan meningkat sebesar 0,105.
d. Nilai koefisien regresi variabel kualitas produk (X_3) sebesar 0,154dan berarah positif, hal ini berarti bahwa setiap marketing syariah skornya naik satu maka loyalitas nasabah akan meningkat sebesar 0,154.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

2. Uji Parsial (Uji t)

Tabel 4.19
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	2.042	2.665		.766	.445
	marketing Syariah	.299	.092	.325	3.242	.002
	Kualitas pelayanan islami	.105	.052	.179	2.044	.044
	kualitas produk	.154	.060	.250	2.581	.011

Dari tabel diatas diketahui bahwa variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Adapun kriteria uji parsial adalah jika hasil nilai t hitung lebih besar daripada t tabel dan hasil nilai signifikan kurang dari 0,05 maka Ho ditolak (variable bebas berpengaruh terhadap variable terikat). Begitu juga sebaliknya jika nilai t hitung lebih kecil daripada t tabel dan hasil nilai signifikan lebih besar daripada0,05 maka Ho diterima (variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen).[26]

a. Pengaruh marketing syariah terhadap loyalitas nasabah PT. BPR Syariah Artha Mas Abadi.

Dari hasil pengujian statistic uji parsial diperoleh t hitung variabel marketing Syariah sebesar 3,242 dengan nilai signifikansi 0,002. Sedangkan t tabel sebesar 1,984 dengan nilai

[26]V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, 229.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa t hitung lebih besar daripada t tabel dengan nilai signifikansi 0,002 kurang dari nilai signifikansi 0,05. Sehingga H1 diterima.

b. Pengaruh kualitas pelayanan islami terhadap loyalitas nasabah PT. BPR Syariah Artha Mas Abadi.

Dari hasil pengujian statistic uji parsial diperoleh t hitung variabel kualitas pelayanan islami sebesar 2,044 dengan nilai signifikansi 0,044. Sedangkan t tabel sebesar 1,984 dengan nilai signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa t hitung lebih besar daripada t tabel dengan nilai signifikansi 0,044 kurang dari nilai signifikansi 0,05. Sehingga H2 diterima.

c. Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas nasabah PT. BPR Syariah Artha Mas Abadi.

Dari hasil pengujian statistic uji parsial diperoleh t hitung variabel kualitas produk sebesar 2,581 dengan nilai signifikansi 0,011. Sedangkan t tabel sebesar 1,984 dengan nilai signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa t hitung lebih besar daripada t tabel dengan nilai signifikansi 0,011 kurang dari nilai signifikansi 0,05. Sehingga H3 diterima.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4.20
Hasil Koefisien Determinasi(R^2)
Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.579[a]	.336	.315	2.426	2.092

a. Predictors: (Constant), kualitas produk, kualitas pelayanan islami, marketing syariah
b. Dependent Variable: loyalitas nasabah

Pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi R sebesar 0,579, R^2 sebesar

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

0,336 dan *Adjusted R Square* sebesar 0,315. Hasil ini dapat disimpulkan bahwa loyalitas nasabah dapat dijelaskan oleh tiga variabel bebas yaitu variabel marketing syariah, variabel kualitas pelayanan islami dan variabel kualitas produk sebesar 31,5%. Sedangkan sisanya 68,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

H. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Marketing Syariah terhadap Loyalitas Nasabah di PT. BPR Syariah Artha Mas Abadi

Hipotesis pertama menyatakan bahwa variabel marketing syariah (X_1) mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap loyalitas nasabah PT. BPR Syariah Artha Mas Abadi. Hal ini dibuktikan dari hasil nilai t hitung variabel marketing syariah sebesar 3,242 dengan nilai signifikansi 0,002. Sedangkan t tabel sebesar 1,984 dengan nilai signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa t hitung lebih besar daripada t tabel dengan nilai signifikansi 0,002 kurang dari nilai signifikansi 0,05. Artinya, apabila marketing syariah diterapkan dengan maksimal dan baik maka akan semakin menunjukkan sikap loyalitas nasabah terhadap PT. BPR Syariah Artha Mas Abadi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nurudin, yang berjudul "*Pengaruh Sharia Marketing terhadap Loyalitas Anggota KSPPS BMT Walisongo Semarang*" menunjukkan bahwa marketing syariah berpengaruh positif dan cukup kuat terhadap loyalitas anggota KSPPS BMT Walisongo Semarang. Dengan demikian, marketing syariah yang diterapkan oleh marketing terhadap nasabah dilakukan dengan maksimal dan baik memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas nasabah

Dalam penelitian ini marketing syariah memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas nasabah PT. BPR Syariah Artha Mas Abadi. Sehingga dalam hal ini karyawan PT. BPR Syariah Artha Mas Abadi harus berupaya memaksimalkan dalam pemasaran produknya, cara bertindak saat dikantor maupun

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

dilapangan, menerapkan prinsip-prinsip Syariah dengan selalu mengutamakan nilai-nilai *Rabbaniyyah, Akhlaqiyya, Waqi'iyyah* dan *Insaniyyah* dalam melayani nasabah sehingga dapat menumbuhkan dan menciptakan loyalitas nasabah di PT. BPR Syariah Artha Mas Abadi.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami terhadap Loyalitas Nasabah di PT. BPR Syariah Artha Mas Abadi

Hipotesis kedua menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan islami (X_2) mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap loyalitas nasabah PT. BPR Syariah Artha Mas Abadi. Hal ini dibuktikan dari hasil nilai t hitung variabel kualitas pelayanan islami sebesar 2,044 dengan nilai signifikansi 0,044. Sedangkan t tabel sebesar 1,984 dengan nilai signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa t hitung lebih besar daripada t tabel dengan nilai signifikansi 0,044 kurang dari nilai signifikansi 0,05. Artinya, jika kualitas pelayanan islami ditingkatkan dan dijalankan dengan baik sesuai dengan aturan islam maka nasabah akan loyal. Pelayanan yang baik yang sesuai dengan prinsip syariah akan dapat menimbulkan kepuasan nasabah dan nasabah yang puas dengan pelayanan akan menjadi loyal atau setia menggunakan pelayanannya.

Dalam anjuran islam yang mengajarkan bahwa penyedia pelayanan yakni PT. BPR Syariah Artha Mas Abadi harus memberikan kualitas pelayanan yang terbaik bagi setiap nasabah agar nasabah tetap setia menggunakan pelayanannya. Selain itu, dengan menjaga hubungan baik dengan nasabahnya dari berbagai golongan agar terjalin hubungan dengan jangka panjang yang baik dan membentuk loyalitas nasabah. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. BPR Syariah Artha Mas Abadi kepada nasabah dengan baik belum tentu berdampak pada loyalitas nasabah. Oleh karena itu PT. BPR Syariah Artha Mas Abadi perlu meningkatkan terus kualitas pelayanan yang sesuai dengan syariat islam, terus melakukan inovasi

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

dan evaluasi dalam pemberian pelayanan sehingga akan tercipta sikap loyalitas nasabah terhadap PT. BPR Syariah Artha Mas Abadi Pati.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rizky Pratama Putra dan Sri Herianingrum yang berjudul "*Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank BRI Syariah Surabaya*" memperoleh hasil bahwa kualitas pelayanan islam berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

3. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Nasabah di PT. BPR Syariah Artha Mas Abadi

Hipotesis ketiga menyatakan bahwa variabel kualitas produk (X_3) mempumyai pengaruh positif yang signifikan terhadap meningkatkan loyalitas nasabah PT. BPR Syariah Artha Mas Abadi. Hal ini dibuktikan dari hasil nilai t hitung variabel kualitas produk sebesar 2,581 dengan nilai signifikansi 0,011. Sedangkan t tabel sebesar 1,984 dengan nilai signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa t hitung lebih besar daripada t tabel dengan nilai signifikansi 0,011 kurang dari nilai signifikansi 0,05.

Hal ini dapat mengindikasikan bahwa semakin kualitas produk PT. BPR Syariah Artha Mas Abadi diperbaiki, diperhatikan dan ditingkatkan dengan cara inovasi-inovasi baru terhadap produk, maka loyalitas nasabah juga diharapkan dapat meningkat. Kualitas produk yang memiliki ciri serta sifat khas dapat berdampak pada persepsi nasabah bahwa produk PT. BPR Syariah Artha Mas Abadi memiliki keunggulan tertentu yang tidak dimiliki oleh produk perusahaan lain. Nasabah yang merasa memiliki ciri khas dan sifat produk yang berbeda dengan produk lain, dapat memenuhi sesuai keinginan dan kebutuhan nasabah akan semakin menunjukkan sikap loyalitas nasabah terhadap PT. BPR Syariah Artha Mas Abadi. Loyalitas akan timbul apabila kualitas produk yang diterima sesuai dengan apa yang diharapkan oleh nasabah.

REPOSITORI IAIN KUDUS

REPOSITORI IAIN KUDUS

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Eko Nurcahyo, Agus Hermani dan Ngatno yang berjudul *"Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Saluran Distribusi Terhadap Loyalitas Pelanggan Surat Kabar Harian Suara Merdeka (Studi Kasus Pada Pelanggan di Kecamatan Semarang Selatan)"* memperoleh hasil bahwa kualitas produk memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk yang dimiliki surat kabar harian suara merdeka maka tingkat loyalitas pelanggan akan semakin tinggi.

REPOSITORI IAIN KUDUS