

**PENGARUH TINGKAT PENGETAHUAN, KUALITAS
LAYANAN DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS
NASABAH (STUDI BANK MUAMALAT PALOPO)**

Skripsi

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (SE) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



IAIN PALOPO

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2021**

**PENGARUH TINGKAT PENGETAHUAN, KUALITAS
LAYANAN DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS
NASABAH (STUDI BANK MUAMALAT PALOPO)**

Skripsi

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (SE) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



Pembimbing :

- 1. Dr. Ahmad Syarief Iskandar, SE., M.M.**
- 2. Ilham, S.Ag., M.A.**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2021**

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Diah Islamiani
NIM : 16 0402 0190
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul : "Pengaruh Tingkat Pengetahuan, Kualitas Layanan, dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Bank Muamalat Palopo)"

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

1. Skripsi ini benar merupakan hasil karya sendiri, bukan plagiasi atau dipinjam dari karya orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya selama skripsi yang ditanyakan sumbernya. Segala kekeliruan yang ada sebelumnya adalah tanggung jawab saya sendiri.

Bilamana di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 8 Januari 2021

Yang membuat pernyataan,



Diah Islamiani

NIM. 16 0402 0190

IAIN PALOPO

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Pengaruh Tingkat Penghasilan, Kualitas Layanan, dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah (Bank-Bank Muamalat Palopo) yang ditulis oleh Diah Haniyah, Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 18 0402 0100, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Agama Islam Negeri Palopo, yang dilaksanakan pada hari Rabu tanggal 24 November 2021. Mula-mula bertempat dengan 18 Rabul Akhir 1443 Hijriah telah dipertajani sesuai dengan catatan dari permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat untuk gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Palopo, 25 November 2021

TIM PENGUJI

1. Nur Amris Arjadh, S.E., M.Sc	Ketua Sidang	
2. Haniha Safi, S.E., M.M	Pengaji I	
3. Ibrahim Rifadhis, S.E., M.M	Pengaji II	
4. Dy. Almasri Syarif Iskandar, S.E., M.M	Pembimbing I	
5. Iham, S.Ag., M.A	Pembimbing II	

Mengetahui:

Dr. H. Rizkiyah IAIN Palopo
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Ketua Program Studi
Perbankan Syariah

Dr. H. Rizkiyah S.E., M.Sc
NIP 19610208 199403 2 001

Haniha Safi, S.E., M.M
NIP 19851020 201503 1 001

IAIN PALOPO

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى أَشْرَفِ الْأَنْبِيَاءِ وَالْمُرْسَلِينَ وَعَلَى

أَهْوَصَحْبِهِ أَجْمَعِينَ أَمَّا بَعْدُ

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala limpahan Rahmat, Taufik dan Hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan ini meskipun dalam bentuk yang sederhana, guna melengkapi persyaratan dalam rangka menyelesaikan studi di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo. Salam dan Shalawat senantiasa dicurahkan kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW, keluarga dan para sahabatnya.

Dalam penulisan skripsi ini penulis banyak menerima bantuan masukan, bimbingan, petunjuk-petunjuk, dan dorongan dari berbagai pihak yang kesemuanya ini sangat membantu penulis dalam rangka menyusun skripsi ini sehingga dapat diselesaikan dengan baik.

Terkhusus untuk kedua orang tua tercinta, terima kasih kepada ibunda Mariyati dan ayahanda Wasito yang telah melahirkan dan membesarkan penulis, merawat dengan penuh kasih sayang yang tak kenal putus asa sehingga penulis mampu menuntut ilmu hingga saat ini, serta dukungan baik moril maupun materi hingga penulis mampu bertahan hingga menyelesaikan skripsi ini. Oleh sebab itu

melalui kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Prof. Dr. Abdul Pirol M.Ag. selaku Rektor IAIN Palopo, Dr. H. Muammar Arafat, S.H.,M.H. selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Kelembagaan, Dr. Ahmad Syarief Iskandar, SE.,M.M selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan, dan Keuangan, Dr. Muhaemin, M.A. selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama. Yang telah membina dan berupaya meningkatkan mutu perguruan tinggi ini, tempat penulis menimba ilmu pengetahuan.
2. Dr. Hj. Ramlah Makkulase, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Dr. Muhammad Ruslan Abdullah, S.EI.,M.A., selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Tadjuddin, S.E., M.Ak., CA., selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, Dr. Takdir, S.H M.H., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, Dr. Fasiha, S.E.I., M.EI., selaku Ketua Prodi Ekonomi Syariah, dan Muzzayyana Jabani, ST.MM. selaku Ketua Prodi Manajemen Bisnis Syariah, yang telah banyak memberikan motivasi dan arahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Hendra Safri, SE., M.M., selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah, dan Nur Ariani Aqidah, SE., M.Sc., selaku sekretaris Prodi Perbankan Syariah, yang selama ini banyak memberikan ilmu pengetahuan khususnya dibidang Perbankan Syariah.
4. Dr. Rahmawati M.Ag., selaku Dosen Penasehat Akademik.
5. Dr. Ahmad Syarief Iskandar, SE.,M.M. selaku pembimbing I dan Ilham, S.Ag., M.A. selaku pembimbing II yang senantiasa memberikan arahan,

nasehat dan membimbing dengan tulus, serta memberi semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Hendra Safri, SE., M.M. selaku penguji I dan Burhan Rifuddin, S.E., M.M. selaku penguji II yang telah memberikan bimbingan, masukan, dan pengarahan dalam rangka penyelesaian skripsi.
7. Seluruh Dosen dan Asisten Dosen beserta seluruh staf pegawai IAIN Palopo yang telah membeikan ilmu pengetahuan, dan mendidik penulis selama berada di IAIN Palopo, serta memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.
8. Kepala Perpustakaan IAIN Palopo Madehang, S.Ag., M.Ag., beserta staff yang telah menyediakan buku-buku/literature untuk keperluan studi kepustakaan dalam menyusun skripsi ini dan seluruh staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang membantu kelancaran pengurusan berkas-berkas skripsi ini sampai meraih gelar S.E.
9. Pimpinan Bank Muamalat Palopo Bapak M. Kemal Mufty beserta karyawannya yang telah memberikan izin dan telah banyak membantu dalam penelitian, berkenan untuk memberikan informasi dan meluangkan waktunya untuk penulis selama melakukan penelitian. Serta terima kasih juga penulis ucapkan kepada para nasabah Bank Muamalat Palopo yang telah bersedia untuk menjadi responden dalam penelitian,.
10. Terkhusus kepada kedua orang tuaku tercinta ayahanda Wasito dan ibu Mariyati, terima kasih telah mengasuh penulis dengan ikhlas dan penuh kasih sayang sejak kecil hingga sekarang, dan segala yang telah diberikan kepada anak-anaknya. Terima kasih telah menjadi orang tua yang selalu ada untuk anak-anaknya. Terima kasih telah menjadi orang tua yang selalu sabar dalam

mendidik anak-anaknya. Kepada saudara-saudariku (Adi Yudha Prasetyo dan Emi Citra Yanti) dan seluruh keluarga yang selama ini telah membantu dan mendoakan. Mudah-mudahan Allah swt. mengumpulkan kita semua dalam surga-Nya kelak.

11. Kepada semua teman seperjuangan, mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah IAIN Palopo angkatan 2016 (khususnya kelas PBS B), yang selama ini membantu dan selalu memberikan saran dalam penyusunan skripsi ini.
12. Kepada Astri Parma Putri, Berliani, Nursafitri, Nur Annisa, Ayu Tazkia Habil, Fatmawati, dan Hariati, yang telah banyak membantu dalam penelitian, selalu memberikan dorongan, memotivasi, memberi masukan, dan memberikan semangat kepada penulis, sejak di bangku perkuliahan hingga pada tahap penyelesaian skripsi.

Mudah-mudahan bantuan, motivasi, dorongan, kerjasama, dan amal bakti yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan yang layak di sisi Allah SWT.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran dari berbagai pihak yang sifatnya membangun sangat diharapkan.

Akhir penulis berharap, semoga skripsi ini bermanfaat dan semoga Allah SWT menuntun ke arah yang benar dan lurus.

Palopo , 8 Januari 2021

Diah Islamiati

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

A. *Transliterasi Arab-Latin*

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	-	-
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Ṡa'	Ṡ	Es dengan titik di atas
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa'	Ḥ	Ha dengan titik di bawah
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Ḍal	Ḍ	Zet dengan titik di atas
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Esdan ye

ص	Ṣad	Ṣ	Es dengan titik di bawah
ض	Ḍad	Ḍ	De dengan titik di bawah
ط	Ṭa	Ṭ	Te dengan titik di bawah
ظ	Ẓa	Ẓ	Zet dengan titik di bawah
ع	‘Ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Fa
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha’	H	Ha
ء	Hamzah	’	Apostrof
ي	Ya’	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (’).

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	<i>fathah</i>	a	a
اِ	<i>kasrah</i>	i	i
اُ	<i>dammah</i>	u	u

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اِي	<i>fathah dan yā'</i>	ai	a dan i
اُو	<i>fathah dan wau</i>	au	a dan u

Contoh:

كَيْفًا : *kaifa*
 هَوْلًا : *hauła*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ... اِ... اُ...	<i>fathah dan alif atau yā'</i>	ā	a dan garis di atas
اِي...	<i>kasrah dan yā'</i>	ī	i dan garis di atas
اُو...	<i>dammah dan wau</i>	ū	u dan garis di atas

مَاتًا : *māta*
 رَمَى : *rāmā*
 قِيلَ : *qīla*
 يَمُوتُ : *yamūtu*

4. Tā marbūtah

Transliterasi untuk *tā' marbūtah* ada dua, yaitu *tā' marbūtah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *dammah*, transliterasinya adalah [t]. sedang *tā' marbūtah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *tā' marbūtah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā' marbūtah* itu ditransliterasikan dengan ha [h].

Contoh:

رَوْحَةُ الْاَوْثَالِ	: <i>raudah al-atfāl</i>
الْمَدِينَةُ الْفَادِلَةُ	: <i>al-madīnah al-fādilah</i>
الْحِكْمَةُ	: <i>al-hikmah</i>

5. Syaddah (*Tasydīd*)

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydīd* (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا	: <i>rabbanā</i>
نَجِّئْنَا	: <i>najjainā</i>
الْحَقُّ	: <i>al-haqq</i>
نُؤْمِنُ	: <i>nu'ima</i>
أَدْوَمُونَ	: <i>'aduwwun</i>

Jika huruf *ber-tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (ِ), ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi *ī*.

Contoh:

عَلِيٌّ	: 'Alī (bukan 'Aliyy atau A'ly)
عَرَبِيٌّ	: 'Arabī (bukan A'rabiyy atau 'Arabiy)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf *alif lam ma'rifah* (َ). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, *al-*, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsiyah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ	: <i>al-syamsu</i> (bukan <i>asy-syamsu</i>)
الزَّلْزَلَةُ	: <i>al-zalzalāh</i> (bukan <i>az-zalzalāh</i>)
الفَلْسَافَةُ	: <i>al-falsafah</i>
الْبِلَادُ	: <i>al-bilādu</i>

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَامُرُونَ	: <i>ta'murūna</i>
النَّوْءُ	: <i>al-nau'</i>
سَيِّئُونَ	: <i>syai'un</i>
أَمْرٌ	: <i>umirtu</i>

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur'an (dari *al-Qur'ān*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Syarh al-Arba'īn al-Nawāwī
Risālah fi Ri'āyah al-Maslahah

9. Lafz al-Jalālah

Kata "Allah" yang didahului partikel seperti huruf jarr dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudāfilāih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

بِسْمِ اللَّهِ	بِاللَّهِ
<i>dīmillāh</i>	<i>billāh</i>

adapuntā 'marbūtah di akhir kata yang disandarkan kepada lafz al-jalālah, diterasliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُم فِي رَحْمَتِ اللَّهِ *hum fi rahmatillāh*

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR). Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lallazī bi Bakkata mubārakan

Syahru Ramadān al-lazī unzila fīhi al-Qurān

Nasīr al-Dīn al-Tūsī

Nasr Hāmid Abū Zayd

Al-Tūfī

Al-Maslahah fī al-Tasyrī' al-Islāmī

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abū (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi.

Contoh:

Abū al-Walīd Muhammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd,
Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad
Ibnu)

Nasr Hāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaīd, Nasr Hāmid (bukan,
Zaīd Nasr Hāmid Abū)

B. *Daftar Singkatan*

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:



SWT.	= Subhanahu Wa Ta'ala
SAW.	= Sallallahu 'Alaihi Wasallam
AS	= 'Alaihi Al-Salam
H	= Hijrah
M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
l	= Lahir Tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
W	= Wafat Tahun
QS .../...: 4	= QS al-Baqarah/2: 4 atau QS Ali 'Imran/3: 4
HR	= Hadis Riwayat

IAIN PALOPO

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PRAKATA.....	iii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN.....	vii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR AYAT.....	xvi
DAFTAR HADIS.....	xvii
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR/BAGAN.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
ABSTRAK.....	xxi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II KAJIAN TEORI.....	11
A. Kajian Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	11
B. Landasan Teori.....	14
C. Kerangka Pikir.....	29
D. Hipotesis Penelitian.....	30
BAB III METODE PENELITIAN.....	32
A. Jenis Penelitian.....	32
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	32
C. Definisi Operasional Variabel.....	32
D. Populasi dan Sampel.....	34
E. Teknik Pengumpulan Data.....	35
F. Instrumen Penelitian.....	35
G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	38
H. Teknik Analisis Data.....	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
A. Hasil Penelitian.....	46
B. Pembahasan.....	66
BAB V PENUTUP.....	75
A. Kesimpulan.....	75
B. Saran.....	76

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN



IAIN PALOPO

DAFTAR KUTIPAN AYAT

Kutipan Ayat QS. Al-Baqarah/2:278	3
Kutipan Ayat QS. Al-Baqarah/2:267	19



IAIN PALOPO

DAFTAR HADIS

Hadis Tentang Riba.....	3
-------------------------	---



IAIN PALOPO

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan Bank Muamalat Indonesia Tahun 2015-2019	4
Tabel 3.1 Definisi Operasional	33
Tabel 3.2 Kisi-kisi Instrumen Pernyataan	36
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas	39
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas	40
Tabel 3.5 Pedoman Interpretasi Koefisien Determinasi	45
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	54
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	55
Tabel 4.4 Uji Normalitas	56
Tabel 4.5 Uji Linearitas Tingkat Pengetahuan	57
Tabel 4.6 Uji Linearitas Kualitas Layanan	58
Tabel 4.7 Uji Linearitas Kepuasan	58
Tabel 4.8 Uji Multikolinearitas	59
Tabel 4.9 Uji Regresi Berganda	61
Tabel 4.10 Hasil Uji Simultan/Uji F	63
Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi/Uji R	63
Tabel 4.12 Hasil Uji Parsial/Uji-T	65



IAIN PALOPO

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir	30
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Bank Muamalat Palopo	51
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	60



IAIN PALOPO

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 3 Surat Izin Penelitian
- Lampiran 4 Nota Dinas Pembimbing
- Lampiran 5 Nota Dinas Tim Verifikasi
- Lampiran 6 Nota Dinas Tim Penguji
- Lampiran 7 Persetujuan Pembimbing
- Lampiran 8 Persetujuan Penguji
- Lampiran 9 Dokumentasi Nasabah
- Lampiran 10 Riwayat Hidup



IAIN PALOPO

ABSTRAK

Diah Islamiati, 2021. “*Pengaruh Tingkat Pengetahuan, Kualitas Layanan, dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Bank Muamalat Palopo)*”. Skripsi Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Ahmad Syarief Iskandar dan Ilham.

Skripsi ini membahas tentang Pengaruh Tingkat Pengetahuan, Kualitas Layanan, dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Bank Muamalat Palopo) baik secara individual maupun serentak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh tingkat pengetahuan, kualitas layanan, dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah di Bank Muamalat Palopo. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Muamalat Palopo, sedangkan pengambilan sampelnya menggunakan teknik *probability sampling* dengan metode *random sampling*, sampel yang digunakan sebanyak 100 nasabah. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran angket/kuesioner yang diberikan kepada responden untuk dijawabnya. Adapun teknik pengolahan dan analisis data yang digunakan yaitu: *uji validitas* dan *uji reliabilitas*. Untuk uji asumsi klasik terdiri dari uji *normalitas*, *linearitas*, *heteroskedastisitas*, dan *multikolinearitas*, serta menggunakan analisis regresi linear berganda. Kemudian, menggunakan uji hipotesis yang terdiri dari uji T, uji R, dan uji F hasil uji tersebut diperoleh dengan bantuan program SPSS versi 22. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial Tingkat pengetahuan berpengaruh positif terhadap Loyalitas nasabah dengan tingkat signifikan sebesar $0,046 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Kualitas layanan secara parsial menunjukkan pengaruh yang positif terhadap loyalitas nasabah dengan signifikan $0,014 < 0,05$ artinya H_0 ditolak H_1 diterima. Sedangkan kepuasan secara parsial berpengaruh positif terhadap variabel loyalitas nasabah dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel X1, X2, dan X3 secara bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas nasabah pada Bank Muamalat Palopo. Dengan tingkat pengaruh ketiga variabel X terhadap variabel Y berdasarkan nilai Rsquare mempunyai kontribusi sebesar 0,300 atau 30% dan selebihnya 70% dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata Kunci: *Tingkat Pengetahuan, Kualitas Layanan, Kepuasan dan Loyalitas Nasabah*

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era sekarang ini lembaga keuangan syariah yang ada di Indonesia mengalami perkembangan yang sangat pesat, hingga pada akhirnya persaingan antar lembaga menjadi semakin ketat. Maka dalam hal ini suatu bank harus mampu memahami dan memenuhi apa saja yang menjadi kebutuhan serta keinginan setiap nasabah dengan menggunakan berbagai cara yang dapat memuaskan nasabah tersebut, agar nantinya bisa lebih unggul dari pesaing. Usaha dalam memuaskan nasabah harus memberikan keuntungan atau *win-win solution* yang merupakan suatu keadaan dimana antara kedua belah pihak tidak ada yang saling dirugikan satu sama lain.¹

Pertumbuhan ekonomi suatu negara dapat dilihat dari industri perbankannya, karena semakin berkembang suatu industri perbankan maka akan menjadi baik pula perekonomian negara tersebut. Perbankan merupakan suatu lembaga keuangan yang berfungsi untuk menghimpun dana dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat baik yang berasal dari badan pemerintahan, swasta, maupun perorangan. Selain itu bank juga memiliki tugas seperti melayani setiap nasabah yang membutuhkan pembiayaan serta memperlancar mekanisme sistem pembayarannya pada semua sektor ekonomi, dengan memperkenalkan dan menawarkan berbagai macam jasa atau produk yang tersedia. Hubungan antara nasabah dengan pihak perbankan ialah menyangkut kebutuhan, keinginan dan

¹Riska Octafiana, "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Brand Image, Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Di BMT Taruna Sejahtera." *Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, IAIN Salatiga*, 2015:1.

kemampuan bahkan ketersediaan suatu bank dalam memenuhi kebutuhan nasabah.² Bank sendiri memiliki tujuan utama yaitu mampu menciptakan dan mempertahankan pelanggan atau nasabahnya.

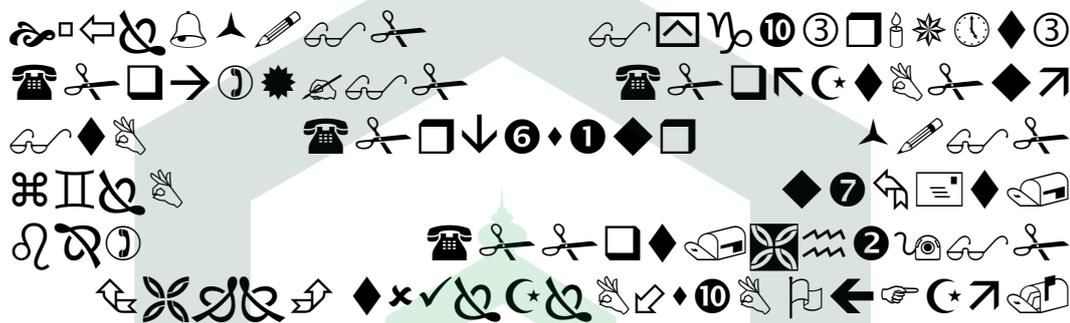
Pengetahuan juga sangat dibutuhkan baik dari nasabah maupun pihak bank. Pengetahuan tentang produk perbankan dan jasanya menjadi acuan bagi pihak bank maupun nasabah agar nasabah tetap bertahan. Apabila dilihat dari sudut pandang nasabah, produk ini dijadikan sebagai bagian dari atribut yang mampu memberikan manfaat dan memenuhi kebutuhan serta keinginan untuk tetap mempercayai bank tersebut. Oleh karena itu, pihak bank harus mengetahui apakah masyarakat atau nasabah memiliki pengetahuan tentang produk dan jasa yang ditawarkan, serta apakah keduanya dibutuhkan oleh nasabah.³ Permasalahan yang berkaitan dengan pengetahuan ialah terbatasnya pengetahuan masyarakat mengenai bank yang berbasis syariah dan pemahaman yang masih tergolong rendah terhadap sistem ekonomi islam. Fakta di lapangan menyatakan bahwa baik masyarakat maupun nasabah masih belum bisa membedakan antara bank yang berbasis syariah dengan yang konvensional. Selain itu masih kurangnya sosialisasi yang dilakukan oleh pihak bank untuk memperkenalkan bank syariah tersebut kepada masyarakat.

Kondisi tersebut juga terjadi pada sebagian masyarakat yang memiliki pendidikan cukup tinggi baik di bidang agama maupun ekonomi. Dimana nasabah masih sulit membedakan antara margin, bagi hasil, dan bunga bank. Dengan adanya pengetahuan yang cukup mengenai bank syariah baik yang terkait dengan

²Yelli Trisusanti, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pekanbaru)." *JOM FISIP Vol.4, No.2*, 2017: 2.

³Tati Mariyanti, "Analisis Pengaruh Pengetahuan Terhadap Kepercayaan Kepada Bank Syariah." *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, Vol.19, No.2, 2018: 6.

layanan yang membuat nasabah merasakan kepuasannya maupun produk-produk dan jasanya, maka hal tersebut dapat memberikan keuntungan bagi bank dengan bertambahnya nasabah, bukan hanya itu tetapi dapat pula membantu nasabah terhindar dari riba. Dalam hal ini riba menjadi pembeda antara bank konvensional dengan bank syariah. Di dalam Al-Qur'an telah banyak dijelaskan mengenai hukum riba, seperti yang telah tertulis dalam QS. Al-Baqarah/2:278:



Terjemahnya:

“Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang beriman.”⁴

Selain dari ayat Al-Qur'an terdapat pula hadist Rasulullah SAW yang disampaikan melalui sahabatnya mengenai penjelasan tentang riba sebagai berikut:

Dari Abu Hurairah RA bahwa Rasulullah SAW bersabda:

“Jauhilah tujuh kesalahan besar. Para sahabat bertanya: wahai rasulullah apakah kesalahan itu? Baginda menjawab: mensyirikkan Allah SWT, sihir, membunuh nyawa yang diharamkan oleh Allah SWT kecuali kebenaran, makan riba, makan harta anak yatim, lari daripada pertempuran serta menuduh wanita suci dan beriman berzina tanpa disadarinya.”⁵(HR. Al-Bukhari dan Muslim).

⁴Kementrian Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, 2013:47.

⁵Muhammad Aris Sulistyono, “Pengaruh Pengetahuan, Promosi, Dan Tingkat Pendapatan Konsumen terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Pada PT Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Kas Condongcatur, Yogyakarta) .” *Skripsi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga*, 2016:15.

Pada tahun 1980 pemerintah Indonesia berencana menerapkan “sistem bagi hasil” dalam perkreditan yang merupakan konsep dari perbankan syariah. kemudian di tahun 1990, Majelis Ulama Indonesia (MUI) juga berpartisipasi dalam mewujudkan perbankan syariah dengan membentuk kelompok kerja untuk mendirikan Bank Islam di Indonesia. Setelah setahun, maka berdirilah Bank Syariah pertama di Indonesia, yaitu Bank Muamalat Indonesia pada tanggal 1 November 1991, BMI didirikan atas gagasan dari Majelis Ulama Indonesia (MUI), Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan pengusaha Muslim yang kemudian mendapat dukungan dari Pemerintah Republik Indonesia, sehingga pada 1 Mei 1992 atau 27 Syawal 1412 H, resmi beroperasi dengan modal awal Rp106.126.382.000.⁶

Tabel 1.1 Perkembangan Bank Muamalat Indonesia
Periode Tahun 2015-2019⁷

No	Tahun	Total Aset	Margin Pendapatan Bersih
1	2015	57.141	4,09%
2	2016	55.786	3,21%
3	2017	61.697	2,48%
4	2018	57.227	2,22%
5	2019	50.556	0,83%

Sumber: Laporan Tahunan Bank Muamalat Indonesia Periode 2019

Berdasarkan tabel 1.1 di atas dapat diketahui bahwa perkembangan Bank Muamalat Indonesia periode 2019 mengalami penurunan setiap tahunnya, dilihat pada tahun 2015 Bank Muamalat memiliki total aset sebanyak 57.141 dengan margin pendapatan bersihnya sebesar 4,09%. Sedangkan di tahun 2019

⁶Eni Tri Anggini, “Sejarah dan Perkembangan Bank Syariah di Indonesia”, <<https://blog.amartha.com/sejarah-dan-perkembangan-bank-syariah-di-indonesia/>>, diakses pada tanggal 13 November 2020.

⁷Bank Muamalat Indonesia, <<https://www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat/>>, diakses pada tanggal 13 November 2020.

mengalami penurunan yang drastis dengan total aset 50.556 dan margin pendapatan bersihnya sebesar 0,83%. Pada perkembangannya Bank Muamalat yang fokus pada pembiayaan korporasi banyak mengalami kendala dan *financingnya* yang cenderung turun. Hal ini diakibatkan adanya kesalahan strategi bisnis, dimana bank Muamalat banyak memberikan pembiayaan ke korporasi seperti produsen minyak kelapa sawit mentah (CPO) dan perusahaan pertambangan. Bank Muamalat seharusnya fokus ke retail, dimana masyarakat Indonesia dengan populasi Muslim terbesar di dunia akan menyediakan pangsa pasar yang sangat luas dan besar.⁸

Bank Muamalat Indonesia beroperasi bersama beberapa entitas anaknya yaitu Al-Ijarah Indonesia Finance (ALIF) yang memberikan layanan pembiayaan syariah, DPLK Muamalat yang memberikan layanan dana pensiun melalui Dana Pensiun Lembaga Keuangan, dan Baitulmaal Muamalat yang memberikan layanan untuk menyalurkan dana Zakat, Infak, dan Sedekah (ZIS). Dengan strategi bisnis yang terarah, Bank Muamalat Indonesia akan terus melaju mewujudkan visi menjadi “The Best Islamic Bank and Top 10 Bank in Indonesia with Strong Regional Presence⁹”.

Pada masa sekarang masih banyak nasabah yang belum memahami layanan yang ada pada dunia perbankan syariah. Termasuk layanan bank syariah yang berkaitan dengan teknologi. Teknologi menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi perkembangan dunia perbankan pada setiap negara. Saat ini banyak produk layanan perbankan syariah yang telah memanfaatkan teknologi,

⁸Firdaus, Saifullah, Nurul Huda, dan Idad Firhan, “Analisis Rasio Profitabilitas pada PT. Bank Muamalat, TBK Tahun Periode 2015-2019,” *Jurnal Proaksi*, Vol.8, no. 1 (Januari 1, 2021): 113. <<https://e-journal.umc.ac.id/index.php/JPK/article/download/1675/1178/>>

⁹Bank Muamalat Indonesia, <<https://www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat/>>, diakses pada tanggal 13 November 2020.

seakan-akan fungsi bank dapat dibawa kemana saja. Contohnya diciptakan kartu ATM (*Automatic Teller Mechine*), kartu kredit, dan adanya layanan yang mempermudah transaksi melalui phone banking dan sms banking yang terdapat di telepon.

Internet adalah salah satu media yang tepat dalam menjalankan kegiatan perbankan karena memungkinkan adanya penghematan biaya dan merupakan media yang dimanfaatkan untuk meningkatkan layanan terhadap para nasabah demi tercapainya loyalitas pelanggan. Fungsinya tidak hanya sebagai media informasi, tetapi juga bisa melakukan transaksi dimana pun dan kapan saja tanpa terbatas oleh jarak dan waktu. Salah satunya yaitu berkaitan dengan layanan *internet banking*, dimana nasabah dapat melihat saldo rekeningnya, tagihan dan sisa limit kartu kreditnya, serta beberapa aktivitas di rekeningnya.¹⁰

Bank Muamalat Cabang Palopo saat ini juga telah menggunakan teknologi sebagai bagian dari alternatif dalam bertransaksi terkait dengan pelayanannya. Apabila telah memahami layanan yang tersedia pada bank tersebut, maka dapat memudahkan nasabah untuk bertransaksi tanpa harus menghabiskan waktu di bank dan mengantri. Dengan begitu akan membuat nasabah menjadi lebih loyal untuk bertransaksi secara terus-menerus karena pihak bank telah memberikan layanan dan kenyamanannya dengan baik, sehingga nasabah pun merasa puas. Karena kepuasan juga menjadi tolak ukur bagi nasabah agar tetap bertahan sebagai nasabah yang loyal.

¹⁰Ahmad Nurul Huda, dan Sri Wahyuni. "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking Dan Tingkat Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Jamsostek Jakarta Tahun 2012." *Jurnal Business & Management Review*, Vol.2, No.2, 2013:243-244.

Loyalitas nasabah memiliki peran penting karena dapat membantu bank syariah khususnya Bank Muamalat Palopo menjadi lebih berkembang serta menguntungkan bagi bank. Dengan mempertahankan nasabah, maka perusahaan dapat lebih berkembang dan melangsungkan hidup, serta meningkatkan kinerja keuangan bahkan bank tersebut nantinya dapat bersaing dengan lembaga keuangan lainnya. Nasabah yang loyal ialah nasabah yang bertransaksi secara teratur, tetap menggunakan jasa dan produk yang tersedia, dan menyarankan kepada konsumen lain agar menggunakannya. Karena pentingnya loyalitas kepada nasabah, perusahaan perlu mengutamakan kelanjutan para nasabah agar tetap memilih Bank Muamalat Palopo dan perlu adanya peningkatan loyalitas dari para nasabanya. Dengan adanya loyalitas yang tinggi maka secara otomatis akan menguntungkan perusahaan dan akan meningkat pesat terutama untuk kepentingan jangka panjang.

Dewi Rosa Indah menegaskan bahwa menjadikan nasabah untuk tetap loyal merupakan senjata paling utama yang perlu dilakukan oleh bank, di mana bank tidak cukup jika hanya menjalankan *satisfaction* atau kepuasan saja tetapi juga harus mampu menciptakan *loyalty*, karena pada dasarnya kepuasan bukanlah akhir dari pencapaian bank. Kesetiaan nasabah tidak langsung hadir begitu saja, tetapi memerlukan usaha dan strategi dalam pengelolaannya untuk memperoleh konsumen.¹¹ Suatu perusahaan apabila telah memberikan kepuasan kepada pelanggan sebaiknya tidak berhenti begitu saja, akan tetapi perusahaan harus lebih kritis lagi dalam memahami perilaku nasabah ataupun pelanggan dengan memenuhi dan memberikan apa saja yang menjadi keinginan dan kebutuhannya.

¹¹Dewi Rosa Indah, "Pengaruh E-Banking Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT Bank BNI 46 Cabang Langsa Tahun 2016." *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, Vol.5, No.2, 2016: 545.

Dengan begitu maka akan membuat nasabah setia dengan tidak beralih ke bank lain.

Faktor kesuksesan dari perusahaan adalah mengerti dan memahami tindakan maupun perilaku konsumen dari suatu pasar sasaran. Jika nantinya perusahaan mampu melaksanakan operasionalnya dengan baik maka kepuasan konsumen akan tercapai. Jadi untuk memahami seperti apa itu perilaku konsumen maka perusahaan perlu mengidentifikasi setiap individu, kelompok, ataupun dalam organisasi saat memilih, membeli, memakai, bahkan pengalaman dalam memuaskan kebutuhan dan hasrat konsumen.¹² Hal tersebut dilakukan melalui pemahaman, khususnya pada layanan yang berkualitas dan pemahaman pada kegiatan dalam mendapatkan nasabah serta penggunaan jasa.

Dalam penelitian ini, maka penulis mengambil lokasi di Bank Muamalat Cabang Palopo, yang berada di Kota Palopo. Pada umumnya masyarakat di Kota Palopo bermayoritas muslim, dengan mata pencaharian yang beragam seperti pegawai, nelayan, petani, bahkan wiraswasta atau pengusaha. Meskipun di Kota Palopo masyarakatnya mayoritas muslim akan tetapi masih banyak yang melakukan transaksi pada bank konvensional, karena sejak awal masyarakat lebih mengenal bank konvensional. Oleh karena itu kedudukan Bank Muamalat Palopo sebagai salah satu bank syariah yang ada di Kota Palopo, harus mampu memenuhi kebutuhan nasabahnya dengan menawarkan beberapa produknya dan memberikan layanan yang terbaik kepada nasabah. Bank Muamalat didalam memasarkan produknya harus terus berusaha guna menciptakan keunggulan yang kompetitif agar mampu bertahan ditengah banyaknya pesaing. Apabila nasabah merasa puas

¹²Akhmad Nasir, "Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan, Dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah Cabang Probolinggo." *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, Vol.3, No.2, 2018:34.

dengan kualitas layanan dan produk-produk yang diberikan oleh pihak bank, maka akan cenderung berpengaruh terhadap perilaku nasabah setelah pembelian. Hal tersebut akan menimbulkan perilaku nasabah yang melakukan pembelian secara berulang dengan harapan nantinya mampu menjadi nasabah yang loyal.

Berdasarkan uraian di atas, yang menjadi latar belakang permasalahannya ialah kondisi persaingan antar lembaga keuangan syariah yang dari waktu ke waktu semakin ketat, sehingga setiap perusahaan harus menciptakan strategi pemasaran yang baru untuk dapat mempertahankan dan meraih pangsa pasar yang lebih luas serta meningkatkan loyalitas nasabahnya. Maka akan menjadi tugas penting bagi Bank Muamalat Palopo dan perusahaan lainnya untuk lebih memahami dan mengetahui perilaku nasabah dalam menggunakan jasa dan produk perbankan serta memberikan pemahaman kepada masyarakat maupun nasabah mengenai bank syariah. Karena hal tersebut nantinya dapat membantu manajemen dalam merancang strategi dan program pemasaran yang tepat. Baik atau tidaknya suatu kualitas layanan tersebut bukan berasal dari pihak perusahaan akan tetapi dilihat berdasarkan sudut pandang nasabah. Karena nasabah yang mengkonsumsi dan yang menikmati serta merasakan kepuasannya, maka nasabah yang menjadi penentu kualitas layanan perusahaan. Maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Tingkat Pengetahuan, Kualitas Layanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Bank Muamalat Palopo).”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang di atas, maka penulis dapat merumuskan permasalahan dalam penelitian ini terkait judul yang diangkat. Adapun rumusan masalahnya yaitu:

1. Apakah terdapat pengaruh secara simultan tingkat pengetahuan, kualitas layanan, dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah?
2. Apakah terdapat pengaruh secara parsial tingkat pengetahuan, kualitas layanan, dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah?

C. Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti yaitu untuk mengetahui pengaruh tingkat pengetahuan, kualitas layanan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah baik secara simultan dan parsial.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian terdiri atas:

1. Manfaat Teoritis, Penelitian ini diharapkan nantinya dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada pembaca serta sebagai referensi dan wawasan mengenai pengaruh tingkat pemahaman, kualitas layanan dan kepuasannya terhadap loyalitas nasabah. Dan membantu pihak bank dalam mencari tahu dan memahami perilaku nasabah ketika menggunakan jasa dan produk perbankan.
2. Manfaat Praktis, Penelitian ini nantinya diharapkan dapat memberi manfaat dan tambahan ilmu mengenai pemahaman bank syariah, kualitas layanan serta kepuasan agar masyarakat yang sudah menjadi nasabah lebih loyal, bahkan mampu memberikan keuntungan bagi bank serta dapat bersaing dengan industri keuangan lainnya.

BAB II KAJIAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Berikut ini beberapa penelitian terdahulu yang relevan terkait dengan judul penelitian:

Mutammam, Ujang Sumarwan, dan Netti Tinaprilla, Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor 2019, yang berjudul *“Pengaruh Pengetahuan Konsumen, Kualitas Produk, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengisian Angin Merek Green Nitrogen.”* Penelitian ini dilakukan di SPBU Bekasi Barat, SPBU Kelapa Gading Jakarta Timur. Dengan mengangkat permasalahan bagaimana pengaruh pengetahuan konsumen, kualitas produk dan kepercayaan konsumen terhadap loyalitas, di tengah-tengah maraknya persaingan antar perusahaan, jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Menyimpulkan bahwa faktor yang berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Green Nitrogen secara terurut mulai dari nilai R-Square terbesar adalah kepercayaan pelanggan, produk yang berkualitas, dan pengetahuan konsumen. Nilai t memperlihatkan bahwa tingkat pengetahuan dan kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.¹³ Proses loyalitas pelanggan lebih banyak dipengaruhi oleh besarnya kepercayaan pelanggan atas keunggulan dan tanggung jawab Green Nitrogen terhadap klaim yang diajukan pelanggan dibandingkan unsur pembentuk kualitas produk dan pengetahuan konsumen.

¹³Mutammam, Ujang Sumarwan, dan Netti Tinaprilla. “Pengaruh Pengetahuan Konsumen, Kualitas Produk, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengisian Angin Merek Green Nitrogen .” *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Bisnis, Vol.5, No.2, 2019:231* <<https://doi.org/10.17358/jabm.5.2.231>>.

Hasil penelitian di atas terdapat persamaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian penulis saat ini yaitu terletak pada pengaruh tingkat pengetahuan terhadap loyalitas pelanggan atau nasabah. Kemudian perbedaannya terdapat pada variabel penelitian dari masing-masing peneliti, pada penelitian terdahulu terdapat tiga variabel independen yaitu pengaruh pengetahuan, kualitas produk, dan kepercayaan konsumen. Sedangkan pada penelitian yang akan diteliti penulis saat ini juga terdapat tiga variabel independen yaitu pengaruh tingkat pengetahuan, kualitas layanan dan kepuasan. Serta terdapat pula perbedaan pada subjek dan objek yang akan diteliti.

Azka Al Afifah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah 2017 yang berjudul *“Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah.”* Penelitian ini dilakukan di PT Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Simpang Patal Palembang. Dengan mengangkat permasalahan mengenai pentingnya loyalitas nasabah yang merupakan tuntutan mutlak bagi perusahaan untuk menjamin kelanagsungan hidup dalam usahanya tersebut, serta bagaimana pengaruh kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah. Jenis penelitiannya kuantitatif yang berupa kuesioner, dengan sumber data yang diperoleh melalui data primer. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah, yang diperkuat dengan hasil nilai signifikan uji t sebesar $(6,440 > 1,984)$. Untuk kepercayaan menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini didukung oleh uji t yang menghasilkan nilai signifikan sebesar $(2,343 > 1,984)$. Sedangkan untuk variabel kepuasan menunjukkan hasil bahwa kepuasan berpengaruh positif dan signifikan

terhadap loyalitas nasabah, dengan diperkuat oleh uji t yang menghasilkan nilai signifikan sebesar $(3,092 > 1,984)$.¹⁴

Persamaan penelitian penulis saat ini dengan penelitian terdahulu yaitu sama-sama meneliti mengenai pengaruh kualitas layanan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah, jenis penelitiannya pun sama. Perbedaannya, terletak pada salah satu variabelnya yaitu pada penelitian terdahulu selain kualitas layanan dan kepuasan peneliti juga meneliti mengenai variabel kepercayaan. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan peneliti saat ini salah satu variabel yang membedakan yaitu tingkat pengetahuan.

Anindita Imam Basri, Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Yogyakarta 2019, yang berjudul ***“Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Pengguna E-Banking,”*** penelitian ini dilakukan di kota Yogyakarta. Penelitian ini ditujukan untuk pengaruh dimensi kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah bank pengguna *e-banking*. Teknik pengumpulan datanya dengan menggunakan kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel yang dihipotesiskan dalam penelitian ini semuanya signifikan. Dimana kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas, jadi dapat diartikan semakin meningkatnya suatu kualitas layanan maka akan berdampak pada meningkatnya kepuasan dan loyalitas para nasabah yang menggunakan *e-banking*. Kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas, artinya bahwa semakin meningkat kepuasan maka akan berpengaruh pada meningkatnya loyalitas nasabah pengguna layanan *e-banking*.¹⁵ Persamaan antara penelitian

¹⁴Azka Al Afifah “Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah.” *Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah, 2017: ii.

¹⁵Anindita Imam Basri, “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Pengguna E-Banking.” *Jurnal Bisnis Manajemen*, Vol.2, No.1, 2019:1.

terdahulu dengan penelitian yang akan diteliti penulis saat ini ialah sama-sama meneliti mengenai pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah. Perbedaannya, pada penelitian terdahulu hanya pengaruh kualitas layanan yang akan diteliti dan terdapat dua variabel dependennya (Y) yaitu Kepuasan dan Loyalitas. Sedangkan penelitian yang akan penulis teliti saat ini bukan hanya kualitas layanan yang ingin diketahui pengaruhnya tetapi tingkat pengetahuan dan juga kepuasan, serta untuk variabel dependennya (Y) hanya ada satu yaitu Loyalitas Nasabah.

B. Landasan Teori

1. Pengetahuan

Pengetahuan dalam islam, kata ilmu dalam bahasa arab *'ilm* (*'alima-ya'lamu-'ilm*) artinya pengetahuan (*al-ma'rifah*), kemudian berkembang menjadi pengetahuan mengenai hakikat sesuatu hal yang pemahamannya lebih mendalam. Berasal dari kata *'ilm* di Indonesia-kan menjadi ilmu atau ilmu pengetahuan¹⁶.

Pengetahuan (*Knowledge*) ialah berkaitan dengan suatu ingatan pada bahan yang telah dipelajari sebelumnya atau disebut dengan *recall* konsep-konsep yang khusus dan umum. Melalui pengetahuan, maka individu mampu mengingat dan mengenal kembali suatu objek, ide prosedur, konsep, definisi, nama, peristiwa, tahun, daftar, rumus, teori dan kesimpulan.

¹⁶Azizah Khoirun Nisa, "Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan E-Banking Terhadap Minat Bertransaksi Ulang Secara Online Dalam Perspektif Ekonomi Islam ." *Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung*, 2018: 44.

Dilihat dari segi objek, pengetahuan dapat digolongkan menjadi beberapa kelompok sebagai berikut¹⁷:

a. Sesuatu hal yang diketahui secara khusus

1) Terkait terminologi yaitu mengingat dan mengenal kembali istilah atau konsep dengan pernyataannya berbentuk simbol, baik secara verbal maupun non verbal.

2) Mengetahui fakta-fakta tertentu yaitu dengan mengenal dan mengingat kembali suatu kejadian, peristiwa, tanggal, orang, tempat, kebudayaan masyarakat dan lain sebagainya.

b. Mengetahui tentang beberapa cara ketika ingin melakukan dan memproses sesuatu:

1) Mengetahui kebiasaan dan cara mengutarakan ide atau pengalaman.

2) Mengetahui kecenderungan dan urutan yang dijadikan sebagai suatu proses terkait gejala maupun fenomena pada waktu yang tertentu.

3) Mengetahui adanya penggolongan atau pengorganisasian.

4) Mengetahui beberapa kriteria guna mengidentifikasi prinsip, fakta, pendapatan atau perlakuan.

5) Mengetahui metodologi, yaitu seperangkat upaya yang dapat berguna sebagai penemuan, pencarian serta penyelesaian masalah.

6) Mengetahui sesuatu yang sifatnya universal dan abstrak pada bidang tertentu yaitu ide, bagan, dan pola untuk mengorganisasi suatu pikiran dan fenomena.

7) Mengetahui generalisasi dan prinsip.

¹⁷Heri Gunawan. *Kurikulum Dan Pembelajaran Pendidikan Agama Islam*. (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2013): 119-120.

8) Mengetahui struktur ataupun teori tertentu.

Menurut Amron dalam M. Afiq Aziz,¹⁸ pengetahuan merupakan sebuah kesan yang timbul dari dalam pemikiran manusia sebagai hasil dari penggunaan panca indranya dan berbeda dengan kepercayaan (*beliefes*), takhayul (*superstition*) serta kekeliruan dari suatu penerangan-penerangan (*mis information*). Sedangkan menurut Notoatmodjo, pengetahuan (*knowledge*) juga merupakan hasil tahu manusia dan pengindraan terhadap objek yang meliputi mata, hidung, telinga dan lain sebagainya yang dimiliki setiap individu.

a) Tingkat Pengetahuan

Menurut Notoatmodjo dalam M. Afiq Aziz menyatakan bahwa ilmu pengetahuan yang terdapat pada seseorang mempunyai tingkatan atau intensitas yang berbeda-beda terhadap objek tertentu. Secara garis besar terbagi menjadi enam tingkatan pengetahuan antara lain¹⁹:

(1) Tahu (*know*)

Tahu diartikan sebagai *recall* (memanggil) ingatan, baik yang sebelumnya telah ada maupun setelah adanya pengamatan. Maka dari itu, tahu dapat dikatakan tingkat pengetahuan yang rendah.

¹⁸M Afiq Aziz, "Pengaruh Pengetahuan Polis, Kepercayaan Nasabah, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Asuransi Unit Link Syariah Studi Nasabah PT. Prudential Life Assurance Surakarta." *Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, IAIN Surakarta*, 2018: 18-19.

¹⁹M Afiq Aziz, "Pengaruh Pengetahuan Polis, Kepercayaan Nasabah, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Asuransi Unit Link Syariah Studi Nasabah PT. Prudential Life Assurance Surakarta." 2018: 20-21.

(2) Memahami (*comprehension*)

Berusaha memahami suatu objek bukan hanya sekedar tahu saja, bahkan tidak hanya sekedar bisa menyebutkan tetapi harus mampu menginterpretasikan dengan benar mengenai objek yang dimengerti.

(3) Aplikasi (*Aplication*)

Aplikasi dapat diartikan jika individu telah memahami objek dan prinsip yang dimaksudkan, kemudian nantinya dapat digunakan serta mengaplikasikannya pada keadaan tertentu.

(4) Analisis (*Analysis*)

Analisis adalah kemampuan yang dimiliki seseorang dalam memisahkan dan menjabarkan serta mencari tahu hubungan antar komponen pada objek maupun masalah yang diketahui.

(5) Sintesis (*synthesis*)

Sintesis merujuk kepada suatu kemampuan seseorang dalam merangkum atau meletakkan sesuatu menjadi satu hubungan yang sesuai dengan akal dari komponen ilmu pengetahuan yang dimilikinya.

(6) Evaluasi (*evaluation*)

Terkait kemampuan seseorang dalam menjustifikasi atau memberikan penilaian pada suatu objek tertentu.

b) Faktor-faktor Pengetahuan

Pengetahuan seseorang mempunyai beberapa faktor pengaruh diantaranya yaitu pendidikan, pengalaman, dan usia²⁰.

²⁰M Afiq Aziz, "Pengaruh Pengetahuan Polis, Kepercayaan Nasabah, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Asuransi Unit Link Syariah Studi Nasabah PT. Prudential Life Assurance Surakarta." 2018: 22.

c) Indikator Pengetahuan

Menurut Engel, Blackwell, dan Miniard dalam Alfiatul Rohmaniah membagi indikator pengetahuan konsumen atau nasabah menjadi tiga macam²¹:

(1) Pengetahuan Produk

Pengetahuan produk adalah kumpulan berbagai macam informasi mengenai produk. pengetahuan ini meliputi kategori produk, merek, terminology produk, atribut atau fitur produk, harga produk dan kepercayaan mengenai produk.

(2) Pengetahuan Pembelian

Pengetahuan pembelian terdiri atas pengetahuan tentang toko, lokasi produk di dalam toko tersebut, dan penempatan produk yang sebenarnya di dalam toko tersebut.

(3) Pengetahuan Pemakaian

Suatu produk akan memberikan manfaat kepada konsumen jika produk tersebut telah digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen.

2. Kualitas Layanan

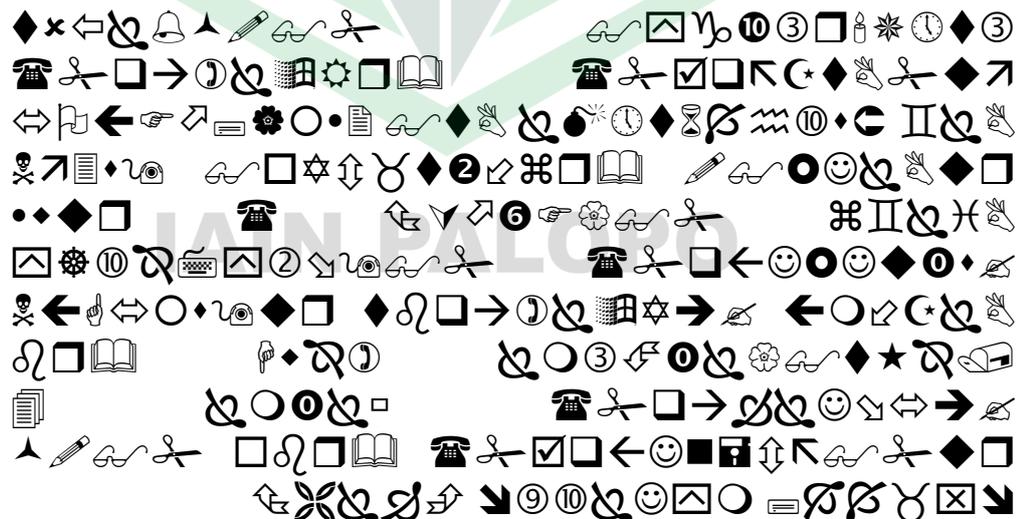
Kualitas adalah kondisi dinamis yang mempengaruhi suatu produk, jasa, proses, manusia, dan lingkungan yang melebihi dan memenuhi harapan. Menurut Fandy Tjiptono dalam Helisia Krisdayanti menyatakan bahwa terdapat beberapa konsep kualitas diantaranya ialah:

- a. Adanya kesesuaian terhadap persyaratan dan tuntutan
- b. Kecocokan dalam pemakaian

²¹Alfiatul Rohmaniah. "Pengaruh Pengetahuan, Promosi, Lokasi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah Dengan Religius Sebagai Variabel Moderating." *Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, IAIN Salatiga*, 2019: 31-32.

- c. Perbaiki hingga penyempurnaan yang berkelanjutan
- d. Terbebas dari kerusakan maupun kecacatan
- e. Pemenuhan kebutuhan konsumen sejak awal bahkan setiap saat
- f. Dari awal melakukan segala sesuatunya dengan benar
- g. Memberikan kebahagiaan pada pelanggan

Sedangkan layanan dikatakan sebagai setiap tindakan dan kegiatan yang dilakukan suatu pihak terhadap pihak lainnya, dalam bentuk yang tidak berwujud dan tidak berakibat pada kepemilikan apapun. Menurut Kasmir dalam Helisia Krisdayanti *Costemer Service* atau layanan konsumen memegang peranan penting sebagai ujung tombak perusahaan dalam menghadapi konsumen. Jadi pihak bank syariah harus mampu memberikan layanan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk, atau tidak berkualitas kepada nasabahnya. Seperti yang dijelaskan dalam Al-Qur'an Surah Al-Baqarah/2:267²²:



Terjemahnya:

²²Kementrian Departemen Agama, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, 2013:45.

“Wahai orang-orang yang beriman! Infakkanlah sebagian dari hasil usahamuyang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untukmu. Janganlah kamu memilih yang buruk untuk kamu keluarkan, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya, melainkan dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya, Maha Terpuji.”

Berdasarkan ayat diatas, telah dijelaskan bahwa setiap manusia harus saling berlaku lemah lembut agar orang lain merasakan kenyamanan bila berada disampingnya. Begitupun terhadap nasabah ataupun pelanggan yang banyak pilihan, jika suatu pihak bank syariah tidak mampu memberikan rasa nyaman pada layanan, dengan kelemah lembutannya maka nasabah dapat berpindah ke bank lain. Maka pihak bank dalam memberikan pelayanan harus menghilangkan jauh-jauh sikap keras hati agar nasabah terhindar dari rasa takut, tidak percaya, dan perasaan adanya penyimpangan dari pelayanan yang diterima.

Jadi kesimpulannya layanan yang berkualitas adalah segala aktivitas yang dapat dilakukan perusahaan untuk pemenuhan harapan konsumen. Menurut Philip dalam Helisia Krisdayanti, kualitas pelayanan (Service Quality) didefinisikan sebagai penilaian pelanggan terhadap keunggulan atau keistimewaan pada produk dan atau pelayanan secara menyeluruh²³.

Menurut Tjiptono dalam Steven Darwin dan Yohanes Sondang Kunto mengungkapkan bahwa kualitas layanan (*service quality*) adalah ketepatan dalam penyampaian dan menyeimbangkan harapan pelanggan terkait dengan pemenuhan kebutuhan. Maka terdapat dua faktor utama yang menjadi

²³Helisia Krisdayanti, “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Minimarket Kertapati Jaya Indah Palembang.” *Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Raden Fatah Palembang*, 2017: 10-11.

pengaruh bagi kualitas layanan yaitu yang menjadi harapan (*expected service*) dan dirasakan/dipersepsikan (*perceived service*).

1) Dimensi Kualitas Layanan

Menurut Parasuraman dalam Steven Darwin dan Yohanes Sondang Kunto menyatakan bahwa ada beberapa faktor penentu *service quality* yang dirangkum dalam lima faktor dominan dan lebih dikenal dengan istilah SERVQUAL, yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangible*²⁴.

(a) *Reliability*

Kemampuan dalam memberikan layanan dengan handal dan tepat sesuai dengan perjanjian. Dalam arti luas, keandalan berarti pemberian janji yang menyangkut penyediaan, harga hingga penyelesaian masalah.

(b) *Responsiveness*

Suatu kemampuan cepat tanggap pada saat memberikan jasa dan membantu pelanggannya. Dimensi ini lebih mengacu pada kecepatan dan ketepatan ketika berurusan dengan permintaan, pertanyaan, dan keluhan konsumen.

(c) *Assurance*

²⁴Steven Darwin, dan Yohanes Sondang Kunto. "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan dan kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Asuransi Jiwa Manulife Indonesia-Surabaya." *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol.2, No.1, 2014: 2-3.

Untuk meyakinkan serta meningkatkan kepercayaan suatu konsumen maka acuannya ialah pengetahuan, kemampuan dan sopan santun setiap karyawan. Dimensi ini memungkinkan menjadi lebih penting pada layanannya dan diperlukan tingkat kepercayaan yang lebih tinggi. Contohnya seperti di bank, asuransi, dan dokter.

(d) Empathy

Bentuk perhatian dan kepedulian yang ditunjukkan oleh setiap pribadi kepada pelanggannya. Inti dari faktor yang satu ini yaitu menjadikan pelanggan tersebut spesial dengan memahami dan memenuhi kebutuhannya.

(e) Tangible

Berupa pemberian fasilitas fisik, peralatan, *staff* dan bangunannya. Dengan menggambarkan wujud secara nyata berupa layanan yang akan diterima oleh konsumen. Contohnya seperti fasilitas kantor, kebersihan, dan kenyamanan dalam ruangan yang dijadikan tempat bertransaksi serta kerapian penampilan *agent*.

2) Prinsip-prinsip Kualitas Layanan

Dalam Menciptakan suatu gaya manajemen dengan lingkungan kondusif bagi perusahaan, maka layanan memiliki tujuan memperbaiki kualitas, dan harus memenuhi prinsip-prinsip yang berlaku. Prinsip tersebut meliputi²⁵:

(a) Kepemimpinan

²⁵Helisia Krisdayanti, "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Minimarket Kertapati Jaya Indah Palembang." *Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Raden Fatah Palembang*, 2017: 14-15.

Manajemen puncak bertugas dalam memberikan inisiatif dan komitmen terkait dengan strategi kualitas layanan. Bukan hanya itu saja tetapi juga harus mampu memimpin perusahaan untuk meningkatkan kualitas kerjanya.

(b) Pendidikan

Perlu adanya penekanan pada suatu aspek dalam pendidikan yang mencakup konsep kualitas sebagai strategi bisnis, alat dan penerapan strategi berkualitas, serta peranan perusahaan dalam menerapkan strategi.

(c) Perencanaan

Perencanaan strategi perlu melalui beberapa proses yang harus meliputi pengukuran dan tujuan dari kualitas yaitu mengarahkan perusahaan untuk mencapai target ataupun visinya.

(d) Review

Proses review merupakan pelaksanaan yang dapat menjamin adanya perhatian yang teratur dan secara terus-menerus guna tercapainya suatu kualitas.

(e) Komunikasi

Komunikasi dalam perusahaan dapat mempengaruhi implementasi strategi kualitas suatu organisasi. Komunikasi ini bukan hanya dilakukan pada karyawan saja tetapi bisa juga terhadap pemasok, pelanggan, pemegang saham, pemerintahan, masyarakat umum dan lain sebagainya.

(f) Pengakuan dan Penghargaan (*Total Human Reward*)

Karyawan dengan prestasi yang bagus atau baik dalam menjalankan kinerjanya akan diberikan suatu penghargaan tersendiri. Hal tersebut merupakan cara yang dipergunakan untuk meningkatkan semangat, motivasi, moral kerja, rasa bangga, dan rasa kepemilikan setiap individu dalam kelompok organisasi, yang nantinya bisa memberi manfaat yang besar bagi perusahaan serta konsumen yang dilayani.

Apabila prinsip-prinsip yang telah tersedia dapat dipraktikkan oleh perusahaan maka akan meningkatkan jumlah konsumen dalam suatu perusahaan.²⁶ Selain itu konsumen yang merasakan kepuasan terhadap apa yang telah diberikan maka dengan sendirinya para pelanggan akan merekomendasikan atau menyarankan kepada yang lainnya tanpa harus dipengaruhi terlebih dahulu.

3. Kepuasan

Kepuasan konsumen merupakan bentuk ukuran yang diberikan pelanggan atas apa yang telah dirasakan dan dinikmati sebelumnya terhadap produk dan jasa yang ditawarkan. Konsumen yang mendapatkan lebih dari apa yang diinginkan dan diharapkan maka akan merasa sangat puas atau *delight*. Namun sebaliknya, jika setelah mengkonsumsi ternyata tidak sesuai dengan harapannya konsumen kekecewaan pun akan timbul, pelanggan yang telah kecewa tidak akan membeli produk itu lagi²⁷.

²⁶Helisia Krisdayanti, "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Minimarket Kertapati Jaya Indah Palembang." *Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Raden Fatah Palembang*, 2017: 16.

²⁷Suwinto Johan, *Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis*. (Yogyakarta: Graha Ilmu, Cet:1, 2011): 62.

Menurut Kotler dalam Abdul Razak, dkk menyatakan bahwa kepuasan merupakan sebuah ungkapan perasaan dari seorang konsumen baik berupa rasa senang maupun kecewa, ketika membandingkan antara pendapat atau kesan terhadap hasil kinerja dan produk serta harapannya. Kunci dalam menciptakan konsumen yang loyalitas adalah dengan memberikan penilaian yang cukup tinggi kepada pelanggan.

Menurut Kennedy dalam Abdul Razak, dkk menyatakan bahwa kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) menjadi bagian dari penentu kepuasan yang berpengaruh pada kepercayaan pelanggan, pembelian ulang, bahkan kesetiaan dan komitmen konsumen. Jadi kepuasan menjadi pengaruh penting dalam upaya *relationship marketing* guna meningkatkan loyalitas nasabah.²⁸

4. Loyalitas Nasabah

Menurut Dharmmesta dalam Yuli Andesra menyatakan bahwa loyalitas berarti suatu tanggapan perilaku pembelian yang terjadi secara terus menerus dan dilakukan oleh pengambil keputusan dengan memperhatikan semua produk alternatif dari sejumlah produk sejenis serta memiliki fungsi dalam proses psikologis. Menurut Hurriyati dalam Yuli Andesra mengungkapkan bahwa definisi dari loyalitas nasabah adalah komitmen nasabah untuk tetap bertahan secara terus-menerus dan kembali berlangganan atau bertransaksi ulang terhadap produk/jasa yang menjadi pilihan sampai di

²⁸Abdul Razak, Jusbair Baheri, dan Muhammad Irsyad Ramadhan. "Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Negara Indonesia (BNI) Cabang Kendari." *Journal Of Economic And Business*, Vol.1, No.2, 2018: 13.

masa mendatang, walaupun nantinya situasi dan usaha pemasaran dapat mempengaruhi perubahan tindakan dan perilaku setiap individu.²⁹

Menurut Widya Utami, Cristina dalam Yuli Andesra menyatakan bahwa memiliki pelanggan yang setia merupakan metode penting dalam meningkatkan keuntungan yang lebih dari para pesaing, loyalitas menjadikan konsumen enggan untuk pindah ke pesaing. Sedangkan menurut Griffin dalam Yuli Andesra, bahwa terdapat beberapa manfaat dari konsumen yang loyal terhadap produk-produk maupun jasa yaitu antara lain:³⁰

- a. Pembelian dilakukan secara teratur.
- b. Melakukan daya beli di luar dari lini produk/jasa.
- c. Menolak produk atau jasa yang berasal dari perusahaan lain.
- d. Tidak terpengaruh terhadap daya tarik pesaing.
- e. Menarik calon konsumen untuk berlangganan di perusahaan.
- f. Segala kelemahan perusahaan dan kekurangannya akan diberitahukan.

Pelanggan yang setia kepada perusahaan atau produk selalu membawa keberuntungan untuk perusahaan. Menurut Kottler dan Keller dalam Yuli Andesra menyatakan bahwa keuntungan dengan adanya loyalitas pelanggan bagi perusahaan yang bersangkutan antara lain:

- 1) Mengurangi biaya pemasaran.
- 2) Mengurangi biaya transaksi

²⁹Yuli Andesra, "Peran Kualitas Pelayanan Dalam Membangun Kepercayaan Dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Simpang Empat." *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, Vol.4, No.2, 2016: 140-141 <<https://doi.org/10.31846/jae.v4i2.517>>.

³⁰Yuli Andesra, "Peran Kualitas Pelayanan Dalam Membangun Kepercayaan Dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Simpang Empat." *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, Vol.4, No.2, 2016: 140-141. <<https://doi.org/10.31846/jae.v4i2.517>>

- 3) Mengurangi perputaran biaya pelanggan
- 4) Meningkatkan kepuasan pelanggan
- 5) Menjadikan nama perusahaan tetap baik
- 6) Mengurangi biaya-biaya terjadinya kesalahan

5. Teori Operasional Variabel

Menurut Sugiyono dalam Rahmat Yuli Setiawan definisi operasional variabel merupakan suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan memberi arti atau memspesifikasikan kegiatan atau membenarkan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut.

Dalam definisi operasional ini terdapat variabel penelitian yaitu variabel independen tingkat pengetahuan (X1), kualitas layanan (X2), kepuasan (X3), dan variabel dependen loyalitas nasabah (Y).

a. Variabel Bebas (*independent variable*)

1) Tingkat Pengetahuan

Menurut Engel, Blackwell, dan Miniard dalam Alfiatul Rohmaniah menyatakan bahwa indikator pengetahuan konsumen atau nasabah dibagi menjadi tiga macam³¹:

- a) Pengetahuan Produk
- b) Pengetahuan Pembelian
- c) Pengetahuan Pemakaian

2) Kualitas Layanan

³¹Alfiatul Rohmaniah. "Pengaruh Pengetahuan, Promosi, Lokasi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah Dengan Religius Sebagai Variabel Moderating." *Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, IAIN Salatiga*, 2019: 31-32.

Menurut Kotler dan Keller dalam Hilyatul Azizah menyatakan bahwa perusahaan harus menciptakan, mempertahankan, dan meningkatkan hubungan yang lebih baik dengan pelanggan dengan cara memberikan pelayanan yang berkualitas. Parasuraman et. Al telah mengembangkan suatu alat ukur kualitas layanan yang disebut dengan SERVQUAL (*Service Quality*) antara lain; bukti fisik (*tangible*), daya tanggap (*responsiveness*), keandalan (*reliability*) keandalan, empati (*empathy*), dan jaminan (*assurance*)³².

Indikator :

- a) *Tangible* (bukti fisik)
- b) *Responsiveness* (daya tanggap)
- c) *Reliability* (keandalan)
- d) *Empathy* (empati)
- e) *Assurance* (jaminan)

3) Kepuasan

Menurut Bloemer dan Ruyter dalam Rahmat Yuli Setiawan mengemukakan bahwa kepuasan merupakan hasil evaluasi akhir dari seorang nasabah terhadap suatu produk perbankan dengan cara membandingkan produk tersebut dengan produk sejenis dari bank pesaing, apakah produk yang diterimanya sesuai dengan harapannya³³. Menurut Bontis and Booker (2007) dalam Hilyatul Azizah, indikator untuk mengukur variabel kepuasan nasabah adalah:

³²Hilyatul Azizah. "Pengaruh Kualitas Layanan, Citra, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah." *Jurnal Manajemen Analisis, Vol. 1, No.2, 2012: 23.*

³³Rahmat Yuli Setiawan. "Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah." *Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, STAIN Salatiga, 2015: 31-33.*

- a) Pilihan Tepat
- b) Kesesuaian Harapan
- c) Kepuasan Fasilitas

b. Variabel Terikat (*dependent variable*)

1) Loyalitas Nasabah

Menurut Foster dan Cadogan dalam Rahmat Yuli Setiawan, menyatakan bahwa loyalitas merupakan sikap dari nasabah dalam menentukan pilihannya untuk tetap menggunakan produk atau jasa dari suatu perusahaan. Sikap menentukan pilihan tersebut juga untuk membuat komitmen dan melakukan pembelian ulang pada perusahaan tersebut. Menurut Griffin (2003) dalam Hilyatul Azizah, pelanggan yang loyal dapat diukur dengan indikator berikut ini ³⁴:

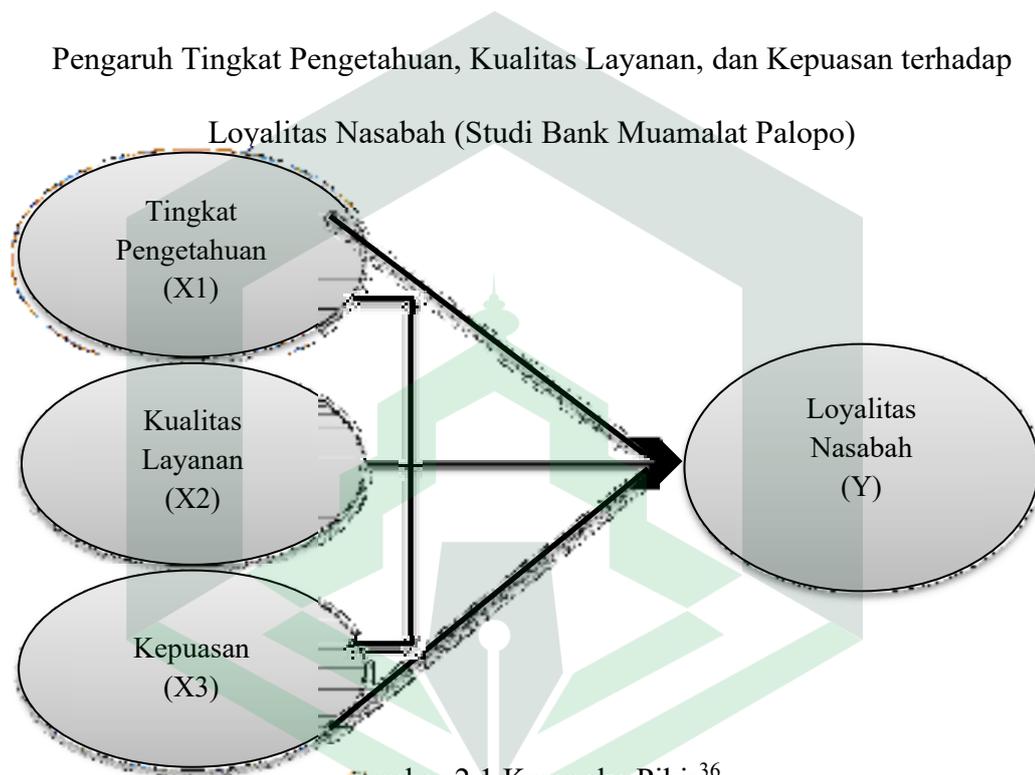
- a) Pembelian yang berlanjut
- b) Rekomendasi
- c) Berbagi informasi

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan kumpulan pola konseptual dan penjelasan antara ide yang dinyatakan oleh penulis berdasarkan tinjauan pustaka, dengan melihat bagaimana teori yang disusun berkaitan dengan bermacam-macam faktor

³⁴Hilyatul Azizah. "Pengaruh Kualitas Layanan, Citra, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah." *Jurnal Manajemen Analisis, Vol. 1, No.2*, 2012: 23. <<https://doi.org/10.15294/maj.v1i2.1402>>.

yang sudah ditetapkan sebagai masalah yang penting.³⁵ Jadi, secara teoritis perlu dijelaskan hubungan antara variabel bebas (*independen*) dengan variabel terikat (*dependen*). Berdasarkan landasan teori diatas dapat disusun suatu kerangka pemikiran sebagai berikut:



Penelitian ini menganalisis mengenai pengaruh Tingkat Pengetahuan disimbolkan dengan (X1), Kualitas Layanan (X2), dan Kepuasan (X3) yang ditetapkan sebagai variabel bebas (*independent*) terhadap Loyalitas Nasabah disimbolkan dengan (Y) sebagai variabel terikat (*dependent*) pada Bank

³⁵Uma Sekaran, *Business Research* dalam Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)*, (Bandung: Alfabeta, 2013): 93.

³⁶Besse Arnawisuda Ningsi dan Lucia Agustina, "Analisis Kepuasan Pelanggan Atas Kualitas Produk Dan Pelayanan Dengan Metode SEM-PLS," *Jurnal Statistika dan Aplikasinya (JSA)* 2, No. 2 (Desember, 2018): 13.

Muamalat Cabang Palopo. Penelitian ini berupaya untuk mengetahui kecil atau besarnya suatu pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan suatu pernyataan maupun dugaan sementara yang berasal dari perumusan masalah, dimana kebenarannya masih diragukan dan perlu adanya pengujian. Kemudian para ahli juga mengemukakan arti dari hipotesis adalah dugaan terhadap hubungan antara dua variabel atau lebih.³⁷ Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan, maka hipotesis dari penelitian ini yaitu:

H0 : Tidak terdapat pengaruh secara simultan tingkat pengetahuan, kualitas layanan, dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah.

H1 : Terdapat pengaruh secara simultan tingkat pengetahuan, kualitas layanan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah.

H0.1 : Tidak terdapat pengaruh secara parsial tingkat pengetahuan terhadap loyalitas nasabah.

H1.1 : Terdapat pengaruh secara parsial tingkat pengetahuan terhadap loyalitas nasabah.

H0.2 : Tidak terdapat pengaruh secara parsial kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah.

H1.2 : Terdapat pengaruh secara parsial kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah.

³⁷Syofian Siregar, *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual Dan Aplikasi SPSS Versi 17*. (Cet: 5; Jakarta: Rajawali Pers, 2016): 151-152.

H0.3 : Tidak terdapat pengaruh secara parsial kepuasan terhadap loyalitas nasabah.

H1.3 : Terdapat pengaruh secara parsial kepuasan terhadap loyalitas nasabah.



IAIN PALOPO

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian dengan populasi dan sampel tertentu, menggunakan instrumen, serta analisis data berupa angka untuk pengujian hipotesis penelitian.³⁸ Alasan peneliti mengambil penelitian kuantitatif karena untuk menguji pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

B. Lokasi Dan Waktu Penelitian

Peneliti mengambil lokasi di Bank Muamalat Palopo yang tepatnya berada di Jl. Andi Djemma No.53, Amasangan, Kec. Wara, Kota Palopo, Provinsi Sulawesi Selatan. Sedangkan waktu penelitian dimulai pada bulan Januari s/d Februari 2021.

C. Definisi Operasional Variabel

Operasional variabel adalah memberikan penjelasan yang diperlukan untuk mengukur variabel yang akan dibahas lebih detail. Oleh karena itu penulis menyusun variabel dengan memberikan penjelasan dan indikator dari masing-masing variabel sebagai berikut:

³⁸Sugiyono. *Metode Penelitian Manajemen*. (Bandung: Alfabeta, 2013): 35-36.

Tabel 3.1 Definisi Operasional

Variabel	Definisi	Indikator
Tingkat Pengetahuan (X1)	Pengetahuan merupakan suatu kesan pemikiran yang dimiliki setiap individu untuk mengingat atau memahami sesuatu dari hasil pancaindra.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengetahuan Produk 2. Pengetahuan pembelian 3. Pengetahuan Pemakaian³⁹
Kualitas Layanan (X2)	Kualitas Layanan merupakan tindakan ataupun kegiatan dan akses yang tunjukkan oleh perusahaan agar apa yang menjadi keinginan maupun kebutuhan setiap nasabah dapat terpenuhi.	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Tangible</i> (bukti fisik) 2. <i>Responsiveness</i> (daya tanggap) 3. <i>Reliability</i> (keandalan) 4. <i>Empathy</i> (empati) 5. <i>Assurance</i> (jaminan)
Kepuasan (X3)	Kepuasan adalah suatu bentuk penilaian dan kesan terhadap produk atau jasa yang ada serta telah digunakan sebelumnya.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pilihan Tepat 2. Kesesuaian Harapan 3. Kepuasan Fasilitas
Loyalitas Nasabah (Y)	Loyalitas Nasabah adalah bentuk kesetiaan nasabah untuk tetap bertransaksi dan berlangganan pada perusahaan tersebut dengan tidak berpaling ke perusahaan lain.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pembelian yang Berlanjut 2. Rekomendasi 3. Berbagi Informasi⁴⁰.

³⁹Alfiatul Rohmaniah. "Pengaruh Pengetahuan, Promosi, Lokasi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah Dengan Religius Sebagai Variabel Moderating." *Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, IAIN Salatiga*, 2019: 63.

⁴⁰Hilyatul Azizah. "Pengaruh Kualitas Layanan, Citra, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah." *Jurnal Manajemen Analisis, Vol. 1, No.2*, 2012: 23. <<https://doi.org/10.15294/maj.v1i2.1402>>

D. Populasi dan Sampel

Populasi adalah suatu keseluruhan wilayah generalisasi terdiri atas subjek atau objek yang berkualitas dengan spesifik tertentu dan digunakan peneliti untuk dipelajari kemudian menarik sebuah kesimpulan.⁴¹ Populasi pada penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Muamalat Cabang Palopo dari tahun 2016 sampai dengan 2020 yang berjumlah 3.600 populasi.⁴²

Sampel adalah bagian dari karakteristik dan jumlah pada populasi tersebut. Maka sampel penelitiannya ialah para nasabah Bank Muamalat Palopo. Teknik penentuan sampelnya menggunakan *probability samplig dengan metode random sampling*. Menurut Noor dalam Irfan Fauzi menyatakan bahwa *random sampling* merupakan teknik penentuan sampel yang paling sederhana dilakukan secara acak, tidak memperdulikan tingkatan dalam populasi dan semua populasi mempunyai kesempatan sama serta dapat terpilih sebagai subyek. Adapun jumlah sampel nantinya dapat diukur menggunakan rumus *slovin* sebagai berikut:⁴³

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

$$n = \frac{3.600}{1 + 3.600 (0,10)^2}$$

$$n = 97,297 \text{ dibulatkan } 100 \text{ sampel}$$

Keterangan :

n : Sampel

N : Populasi

e : eror tingkat kesalahan pengambilan sampel (10% atau 0,1)

⁴¹Sugiyono. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. (Cet. 4; Bandung: Alfabeta, 2013): 119 .

⁴²Staf Operasional Bank Muamalat Palopo

⁴³Irfan Fauzi, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Studi Pada Pegadaian Cabang Pembantu Syariah Majapahit Semarang." *Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, IAIN Surakarta*, 2019: 24-25.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket atau kuesioner. Kuesioner merupakan suatu teknik pengumpulan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan maupun pernyataan dalam bentuk tertulis yang diberikan kepada responden untuk dijawabnya.⁴⁴ Respondennya adalah para nasabah Bank Muamalat Palopo. Jenis kuesioner yang diedarkan pada responden merupakan kuesioner tertutup, dimana setiap pertanyaan memiliki alternatif jawaban dan responden harus memilihnya. Jawaban yang diajukan ada dua jenis yaitu pernyataan positif dan negatif.⁴⁵

F. Instrumen Penelitian

Instrumen pada penelitian ini berupa penyebaran kuesioner yang dibuat oleh peneliti kemudian diberikan kepada responden untuk dijawab. Instrumen ini dimaksudkan guna menghasilkan data yang sesuai dan akurat dengan menggunakan skala *Likert*.⁴⁶ Skala likert didesain untuk mengkaji dan menganalisis seberapa kuat subjek yang setuju atau tidak setuju dengan pernyataan pada skala likert terdiri dari lima poin, berdasarkan panduan sebagai berikut⁴⁷:

IAIN PALOPO

⁴⁴Sugiyono. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. (Cet. 4; Bandung: Alfabeta, 2013): 193.

⁴⁵Irfan Fauzi, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Studi Pada Pegadaian Cabang Pembantu Syariah Majapahit Semarang." *Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, IAIN Surakarta*, 2019: 27-28.

⁴⁶Alfiatul Rohmaniah, "Pengaruh Pengetahuan, Promosi, Lokasi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah Dengan Religius Sebagai Variabel Moderating." *Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, IAIN Salatiga*, 2019: 63.

⁴⁷Uma Sekaran, dan Roger Bogue. *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. (Edisi 6, Jakarta: Salemba 4, 2017): 30.

Sangat tidak setuju/ STS : Skor 1

Tidak Setuju/ TS : Skor 2

Netral/ N : Skor 3

Setuju/ S : Skor 4

Sangat setuju/ SS : Skor 5

Agar mendapatkan hasil penelitian yang memuaskan, maka peneliti menyusun kisi-kisi instrumen penelitian yang bertujuan untuk menunjukkan keterkaitan antara variabel-variabel dalam penelitian ini. Maka dari setiap variabel tersebut akan diberikan penjelasan.

Selanjutnya menentukan indikator dan item pernyataan yang akan di ukur seperti tabel berikut ini:

Tabel 3.2 Kisi-kisi Instrumen Pernyataan

No	Variabel	Indikator	Item Pernyataan
1.	Tingkat Pengetahuan (X1)	1. Pengetahuan Produk 2. Pengetahuan Pembelian 3. Pengetahuan Pemakaian	1. Saya memahami produk-produk yang ada di Bank Muamalat Palopo. 2. Saya mengetahui manfaat dari penggunaan produk dan jasa Bank Muamalat Palopo. 3. Saya memilih produk Bank Muamalat Palopo karena dapat dijangkau dengan menggunakan aplikasi. 4. Saya mengetahui informasi mengenai Bank Muamalat Palopo melalui web dan sosialisasi langsung dari pihak bank. 5. Saya menggunakan produk Bank Muamalat Syariah karena sesuai dengan kebutuhan. 6. Saya merasa puas menjadi nasabah Bank Muamalat palopo karena sesuai dengan prinsip syariah. 7. Menurut saya karyawan Bank Muamalat Palopo berpenampilan rapi dan menarik.
2.	Kualitas Layanan (X2)	1. Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)	

Tabel 3.2 Lanjutan

No	Variabel	Indikator	Item Pernyataan
			8. Menurut saya kinerja Teller Bank Muamalat Palopo sangat baik dalam menyelesaikan tugasnya.
		2. Keandalan (<i>Reliability</i>)	9. Menurut saya karyawan Bank Muamalat Palopo memberikan layanan yang cepat dan tepat, sehingga nasabah tidak perlu menunggu lama ketika melakukan transaksi.
		3. Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	10. Karyawan Bank Muamalat Palopo memiliki kemampuan untuk cepat tanggap dalam mengatasi keluhan dari setiap nasabah.
		4. Jaminan (<i>Assurance</i>)	11. Bank Muamalat Palopo memberikan jaminan yang dapat dipercaya.
		5. Empati (<i>Empathy</i>)	12. Karyawan memiliki ketelitian dalam mencatat setiap transaksi yang diinginkan nasabah.
		1. Pilihan Tepat	13. Menurut saya karyawan Bank Muamalat Palopo selalu memperhatikan apa yang menjadi keinginan dan kebutuhan nasabah.
			14. Menurut saya sikap dan perilaku karyawan Bank Muamalat Palopo terhadap nasabahnya sangat baik.
			15. Bank Muamalat Palopo merupakan pilihan yang tepat karena sesuai dengan kebutuhan saya.
			16. Menurut saya karyawan Bank Muamalat Palopo selalu dapat memberikan solusi.
3.	Kepuasan (X3)	2. Kesesuaian Harapan	17. Menurut saya karyawan Bank Muamalat Palopo selalu memenuhi harapan nasabah dalam bertransaksi.
		3. Kepuasan Fasilitas	18. Transaksi perbankan saya menjadi lebih cepat dan mudah karena berbagai fasilitas yang disediakan oleh Bank Muamalat Palopo.

Tabel 3.2 Lanjutan

No	Variabel	Indikator	Item Pernyataan
4.	Loyalitas Nasabah (Y)	1. Rekomendasi	19. Saya akan sukarela merekomendasikan Bank Muamalat Palopo kepada teman, kerabat, dan saudara.
		2. Pembelian yang Berlanjut	20. Saya akan tetap menggunakan produk Bank Muamalat Palopo ketika saya ditawarkan produk baru dari bank syariah lainnya.
		3. Berbagi Informasi	21. Produk-produk yang terdapat di Bank Muamalat Palopo sesuai dengan kebutuhan saya. 22. Saya akan menginformasikan kebaikan-kebaikan Bank Muamalat Palopo kepada orang lain.

G. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan ukuran yang merujuk pada tingkat keandalan atau keabsahan suatu pernyataan. Validitas berguna dalam mengetahui layak atau tidaknya butir-butir pada suatu daftar (konstruk) pernyataan dalam mendefinisikan variabel.⁴⁸ Menurut Bawono dalam Zulfa Nur Laila menyatakan bahwa uji validitas juga digunakan untuk mengungkap apakah pertanyaan dan pernyataan pada kuesioner benar atau tidak. Perhitungan ini menggunakan bantuan komputer program *Statistical Package For Social Science (SPSS) Versi 22*. Untuk menetapkan nomor item valid dan tidak valid dengan melihat tabel *product moment* apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ (pada taraf signifikan $\alpha = 0,05$, maka item kuesioner tersebut dikatakan valid. Uji validitas pada penelitian ini yaitu dilakukan pada 30 responden.

⁴⁸Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D.* (Bandung: Alfabeta, 2009): 89.

Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Item	R _{hitung}	R _{tabel}	Ket
1.	Tingkat Pengetahuan (X1)	1	0,504	0,361	Valid
		2	0,485	0,361	Valid
		3	0,409	0,361	Valid
		4	0,558	0,361	Valid
		5	0,489	0,361	Valid
		6	0,366	0,361	Valid
2.	Kualitas Layanan (X2)	1	0,495	0,361	Valid
		2	0,590	0,361	Valid
		3	0,612	0,361	Valid
		4	0,621	0,361	Valid
		5	0,568	0,361	Valid
		6	0,578	0,361	Valid
		7	0,507	0,361	Valid
		8	0,771	0,361	Valid
3.	Kepuasan (X3)	1	0,709	0,361	Valid
		2	0,746	0,361	Valid
		3	0,414	0,361	Valid
		4	0,549	0,361	Valid
4.	Loyalitas Nasabah (Y)	1	0,718	0,361	Valid
		2	0,849	0,361	Valid
		3	0,766	0,361	Valid
		4	0,731	0,361	Valid

Sumber: *Diolah 2021, menggunakan SPSS 22*

Berdasarkan hasil uji validitas pada penelitian ini diperoleh nilai R_{hitung} lebih besar dari R_{tabel} atau $R_{hitung} > 0,361$. Maka dapat disimpulkan bahwa hasil uji validitas dalam penelitian ini dapat dikatakan valid.

2. Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu bantuan berupa alat ukur untuk mengukur kuesioner dari sebuah indikator variabel. Kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban individu terhadap pernyataan tersebut konsisten dan stabil dari

waktu ke waktu. Menurut Bawono dalam Zulfa Nur Laila mengatakan bahwa cara pengukuran reliabilitas dengan menggunakan pengukuran *one shot* atau mengukur sekali saja. Pengukuran dilakukan satu kali saja kemudian dibandingkan hasilnya dengan pernyataan lain atau bisa juga dikatakan sebagai mengukur korelasi antar jawaban. SPSS menyajikan fasilitas yang berguna sebagai pengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach's Alpha* (α). Suatu variabel dapat dikatakan reliabel apabila menghasilkan nilai *Cronbach's Alpha* (α) $>0,60$.⁴⁹.

Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabel

No	Variabel	<i>Cronbach's</i>	Ket
1.	Tingkat Pengetahuan (X1)	0,819	Reliabel
2.	Kualitas Layanan (X2)	0,830	Reliabel
3.	Kepuasan (X3)	0,721	Reliabel
4.	Loyalitas Nasabah (Y)	0,800	Reliabel

Sumber: Diolah 2021, menggunakan SPSS 22

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel di atas dapat diperoleh bahwa nilai (α) $>0,60$ atau variabel tingkat pengetahuan (X1) yaitu sebesar $0,819 > 0,60$, variabel kualitas layanan (X2) yaitu $0,830 > 0,60$, variabel kepuasan (X3) yaitu $0,721 > 0,60$, dan variabel Loyalitas Nasabah (Y) yaitu $0,800 > 0,60$. Dari beberapa hasil uji tersebut dapat disimpulkan bahwa keempat variabel dinyatakan reliabel.

⁴⁹Zulfa Nur Laila, "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Bank Syariah Melalui Minat Sebagai Variabel Intervening ." *Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Salatiga*, 2018: 47-48.

H. Teknik Analisis Data

Pada penelitian kuantitatif analisis data adalah suatu kegiatan yang dilakukan peneliti setelah data dari semua responden dan sumber data lainnya terkumpul. Kegiatan ini dapat dilakukan dalam mengelompokkan data yang sesuai dengan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, penyajian data dari setiap variabel yang diteliti, serta terdapat perhitungan guna menguji hipotesis atau dugaan sementara yang ditentukan sebelumnya⁵⁰.

Berdasarkan latar belakang penelitian kuantitatif, maka penggunaan teknik analisis data ini memiliki tujuan untuk menguji apakah terdapat pengaruh yang simultan dan persial atau tidak antar komponen variabel terhadap loyalitas nasabah.

1. Uji Asumsi Klasik

Ada empat asumsi klasik yang digunakan peneliti, yaitu:

a. Uji Normalitas

Uji ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (*independen*) terhadap variabel terikat (*dependen*), serta apakah data yang didistribusikan normal atau tidak. Dalam penelitian ini menggunakan *Uji Kolmogorov Smirnov*.

b. Uji linieritas

Bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas sebagai pediktor mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan dengan variabel terikat.

⁵⁰Azka Al Afifah, "Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah." *Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN*, 2017: 58-61.

c. Uji Multikolinearitas

Bertujuan untuk menguji data apakah dalam model regresi ditemukan adanya hubungan/interkorelasi antar variabel bebas. Interkorelasi adalah hubungan linear atau hubungan yang kuat antara satu variabel independen dengan variabel prediktor lain dalam model regresi. Interkorelasi ini dapat dilihat melalui nilai koefisien korelasi antara variabel bebas, nilai VIF dan Tolerance, nilai Eigenvalue, dan Condition index, serta nilai standar eror koefisien beta atau koefisien regresi parsial⁵¹.

d. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas yaitu suatu hal yang bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Menurut Ghazali dalam Azka Al Afifah, cara mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik *Scatterplot* antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) ZPRED dengan residualnya SRESID. Dan dengan melihat pola tertentu pada grafik *Scatterplot* tersebut⁵².

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Jenis analisis ini digunakan dalam penelitian karena variabel independen dalam penelitiannya lebih dari dua variabel. Analisis regresi linier berganda merupakan analisis regresi yang variabel terikatnya (Y) berhubungan dengan lebih dari satu variabel bebas, bisa dua, tiga maupun seterusnya, variabel bebas yang dimaksud dalam penelitian ini adalah (X1,

⁵¹<https://www.statistikian.com/2016/11/uji-multikolonearitas.html> di akses pada tanggal 24 November 2020.

⁵²Azka Al Afifah, "Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah." 2017: 62.

X₂, X₃,X_n) namun masih menunjukkan diagram hubungan yang terletak pada garis lurus.

Penggunaan metode yaitu untuk menganalisa pengaruh tingkat pengetahuan, kualitas layanan, dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah, dengan model dasar yang dapat ditulis sebagai berikut⁵³:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + \dots + e$$

Keterangan :

Y = Loyalitas Nasabah

X₁ = Tingkat Pengetahuan

X₂ = Kualitas Layanan

X₃ = Kepuasan

a = Konstanta

b₁ = Koefisien Regresi Variabel Tingkat Pengetahuan

b₂ = Koefisien Regresi Variabel Kualitas Layanan

b₃ = Koefisien Regresi Variabel Kepuasan

e = error

3. Uji Hipotesis

Terdapat tiga macam pegujian hipotesis yang dapat dilakukan oleh peneliti, yaitu:

a. Uji signifikan simultan (Uji-F)

Uji ini berguna untuk menentukan tingkat atau kekuatan pengaruh antara variabel bebas (X) secara serentak atau bersama-sama dengan variabel

⁵³Syofian, Siregar. *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif: dilengkapi dengan perhitungan manual dan aplikasi SPSS versi 17*. (Jakarta: Bumi Aksara, Ed. 1, Cet. 2, 2014): 405.

terikat (Y), koefisien ini didapat dengan mengambil akar dari koefisien determinasi R. Ada beberapa persyaratan uji F, yaitu sebagai berikut:⁵⁴

- 1.) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak. Artinya variabel X secara bersama-sama dapat menerangkan variabel terikat dan ada pengaruh antar variabel yang akan diuji.
- 2.) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima. Artinya variabel independen secara bersamaan tidak dapat menerangkan variabel terikat dan tidak terdapat pengaruh antar variabel yang akan diuji.

b. Koefisien determinasi (Uji- R^2)

Koefisien determinasi adalah nilai yang menggambarkan seberapa besar koefisien atau variasi dari variabel independen.⁵⁵ Dengan mengetahui koefisien determinasi maka nantinya dapat dijelaskan kebaikan model regresi dalam memprediksi variabel dependen. Nilai R Square (R^2) memperlihatkan koefisien determinasi dengan mengukur besar presentase perubahan variabel terikat yang diakibatkan oleh variabel X secara bersama-sama⁵⁶.

Menurut Sugiyono dalam bukunya yang berjudul “Sugiyono. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*” menyatakan bahwa sebagai bahan penafsiran terhadap koefisien determinasi yang ditemukan, baik itu bernilai besar ataupun kecil dapat berpedoman pada ketentuan berikut⁵⁷:

⁵⁴Imam Ghozali. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* . (Ed. 3, Semarang: Universitas Ponegoro, 2005): 85.

⁵⁵Purbayu Budi Santoso, dan Ashari. *Analisis Statistik Dengan Microsoft Excel & SPSS*. (Edisi 1, Yogyakarta : ANDI, 2007): 144.

⁵⁶Imam Ghozali. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* . (Ed. 3, Semarang: Universitas Ponegoro, 2005): 44.

⁵⁷Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. (Bandung: Alfabeta, 2014):250.

Tabel 3.5 Pedoman Menginterpretasikan Koefisien Determinasi

Interval Determinasi	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Lemah
0,20-0,399	Lemah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono, (2014)

c. Uji signifikan individual/parsial (Uji-t)

Uji ini digunakan sebagai tingkatan maupun kekuatan pengaruh antar variabel bebas (X) secara parsial (sendiri-sendiri) terhadap variabel terikat (Y). Pengujian ini dilakukan untuk membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan taraf signifikan 5% (0,05). Ada beberapa persyaratan uji-t seperti berikut ini⁵⁸:

- 1.) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak H_1 diterima, artinya variabel X (bebas) dapat menjelaskan variabel terikat serta mempengaruhi antar kedua variabel yang diuji.
- 2.) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima H_1 ditolak, artinya variabel bebas tidak dapat menjelaskan variabel terikat dan tidak ada pengaruh antara kedua variabel yang akan diuji.

IAIN PALOPO

⁵⁸Imam Ghozali. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. (Ed. 3, Semarang: Universitas Ponegoro, 2005): 84.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Objek Penelitian

a. Sejarah Berdirinya Bank Muamalat Indonesia

Prakarsa pendirian bank islam di Indonesia dilakukan pada tahun 1990. MUI pada tanggal 18-20 Agustus 1990 menyelenggarakan lokakarya di Cisarua, Bogor dengan tema: Masalah Bunga Bank dan Perbankan. Hasil lokakarya dibahas lebih mendalam pada Musyawarah Nasional IV MUI. Berdasarkan amanat MuNas IV MUI, maka dibentuklah kelompok kerja untuk mendirikan bank tanpa bunga di Indonesia. Kelompok kerja tersebut diketuai oleh HS. Prodjokusuma yang saat itu menjabat sebagai sekjen MUI.

Kelompok kerja ini melakukan lobi melalui Prof. Dr.B.J. Habibie. Salah satu nama yang diusulkan oleh kelompok kerja tersebut adalah “Bank Syariat Islam” namun dengan pertimbangan perdebatan pemakaian kata syariat islam pada piagam Jakarta dimasa lalu sehingga nama tersebut tidak dipilih. Nama yang kemudian diusulkan adalah “Bank Muamalat Islam Indonesia”. Presiden Soeharto akhirnya menyetujui dengan menghilangkan kata “Islam” dan dipakailah nama “Bank Muamalat Indonesia”.

Secara resmi, Bank Muamalat Indonesia memulai perjalanan bisnisnya sebagai bank syariah pertama di Indonesia pada 1 November 1991 atau 24 Rabi’us Tsani 1412 Hijriah, dan mengawali kegiatan operasinya pada tanggal 27 Syawal 1412 H atau 1 Mei 1992. Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan beberapa pengusaha Muslim serta masyarakat

sepenuhnya mendukung kehadiran BMI yang dibuktikan adanya komitmen pembelian saham perseroan pada saat penandatanganan akta pendirian perseroan senilai Rp. 84 Miliar. Selanjutnya ada tambahan komitmen masyarakat Jawa Barat melalui penanaman modal senilai Rp. 106 Miliar pada momen acara silaturahmi peringatan pendiriannya di Istana Bogor.

Selang dua tahun setelah didirikannya, Bank Muamalat menyandang predikat sebagai Bank Devisa tepatnya pada tanggal 27 Oktober 1994. Prestasi yang dicapai Bank Muamalat ini semakin memperkokoh posisinya sebagai Bank Syariah pertama dan terkemuka di Indonesia dengan jasa dan produk beragam yang terus dikembangkan.

Seiring kapasitas Bank yang semakin diakui, Bank semakin melebarkan sayapnya dengan terus menambah jaringan kantor cabangnya di seluruh Indonesia. Pada tahun 2009 Bank mendapatkan izin untuk membuka kantor cabang di Kuala Lumpur, Malaysia dan menjadi Bank pertama di Indonesia serta satu-satunya yang mewujudkan ekspansi bisnis di Malaysia⁵⁹.

b. Profil Bank Muamalat Indonesia KCP Palopo

Bank Muamalat yang berada di Kota Palopo merupakan bank yang masih berstatus sebagai cabang pembantu Bank Muamalat Cabang Pembantu. Jauh sebelum pendirian Bank Muamalat di Kota Palopo, pihak Bank Muamalat telah melakukan pengamatan dan observasi tentang kelayakan tersebut sehingga diputuskan bahwa kota Palopo layak untuk didirikan Bank Muamalat Cabang Pembantu. Bank Muamalat KCP Palopo mulai beroperasi

⁵⁹Bank Muamalat Indonesia <www.bankmuamalat.co.id>, di akses pada tanggal 23 Januari 2021.

pada tanggal 25 Oktober 2005 dengan dana awal yang dipinjam dari Bank Muamalat Makassar.

Bank Muamalat menjalankan fungsinya sebagai bank dengan sistem pelayanan berbasis syariah. Kehadiran Bank Muamalat KCP Palopo merupakan salah satu solusi untuk menambah nasabah dan kepercayaan terhadap kegiatan perbankan syariah khususnya di Kota Palopo dengan tujuan utama yaitu sebagai lembaga dakwah dan sebagai lembaga penghimpun dana sekaligus meningkatkan kualitas kehidupan sosial ekonomi masyarakat di Kota Palopo.

Bank Muamalat dalam pengoperasiannya tidak hanya menerima nasabah kaum muslim saja, akan tetapi juga dari pihak non muslim untuk menjadi nasabah. Setiap masyarakat dari berbagai agama dapat menggunakan atau memilih Bank Muamalat sebagai pilihan untuk menabung maupun berinvestasi. Karena islam merupakan agama sebagai *Rahmatan lil'alam* yaitu membawa rahmat bagi seluruh alam.

Kantor cabang Bank Muamalat di Kota Palopo, Provinsi Sulawesi Selatan merupakan salah satu Kantor Cabang Bank Muamalat yang beralokasi di Jl. Andi Djemma No.53, Amasangan, Kec. Wara, Kota Palopo. Kantor ini melayani nasabah untuk berbagai kebutuhan terkait produk Bank Muamalat seperti pengajuan kredit dan pinjaman, setor tunai, simpanan, pembuatan akun bank, pengajuan kredit pemilikan rumah, hingga mobile online banking.

c. Visi dan Misi Bank Muamalat Indonesia KCP Palopo

Visi Bank Muamalat: Menjadi Bank Syariah terbaik dan termasuk dalam 10 besar bank di Indonesia dengan eksistensi yang diakui ditingkat regional.

Misi Bank Muamalat: membangun lembaga keuangan syariah yang unggul dan berkesinambungan dengan penekanan pada semangat kewirausahaan berdasarkan prinsip kehati-hatian, keunggulan SDM yang islami dan profesional serta orientasi investasi yang inovatif, untuk memaksimalkan nilai kepada seluruh pemangku kepentingan.

d. Produk-produk Bank Muamalat KCP Palopo

Produk pada Bank Muamalat KCP Palopo saat ini hanya ada penghimpun dana, mereka telah menghentikan produk pembiayaan. Produk Bank Muamalat dengan penghimpun dana yaitu :

1) Tabungan IB Hijrah

Pada tabungan IB Hijrah terdapat dua pilihan akad yaitu dengan akad *wadiah* dan dengan akad *mudharabah*. Jika menggunakan akad *wadiah* maka tidak ada bagi hasil yang terjadi antara bank dan nasabah. Jika menggunakan akad *mudharabah* maka akan ada bagi hasil antara bank dan nasabah.

2) Tabungan Haji dan Umrah

Tabungan ini diperuntukkan untuk nasabah yang melakukan ibadah haji dan umrah. Tabungan ini hanya terdapat satu pilihan akad, yaitu akad *wadiah*. Pada tabungan ini juga tidak diberikan ATM dan tidak ada biaya administrasi.

3) Giro

Pada giro menggunakan cek dan diberikan kartu ATM. Giro tidak diberi buku tabungan dan hanya menggunakan rekening koran.

4) Deposito

Deposito merupakan simpanan dana nasabah dengan kesepakatan waktu tertentu. Dan selama kesepakatan waktu tersebut nasabah tidak melakukan penarikan terhadap dana yang disimpannya. Deposito ini menggunakan akad *mudharabah*, dimana dana akan dikelola oleh pihak bank, kemudian setelah menghasilkan keuntungan maka keuntungan tersebut akan dibagi hasilkan ke nasabah sesuai dengan kesepakatan antara bank dan nasabah saat akad.

e. Struktur Organisasi Bank Muamalat KCP Palopo

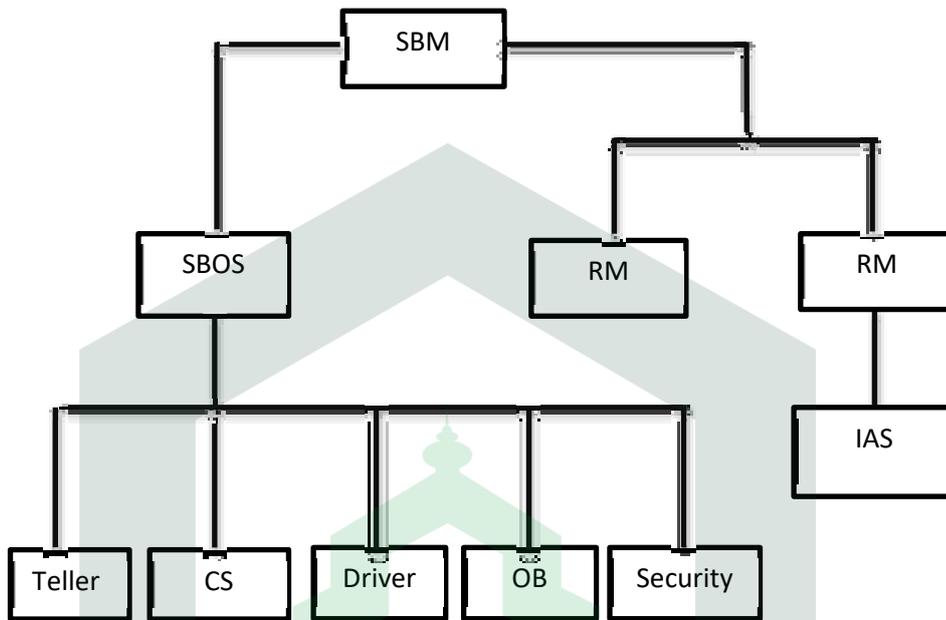
Untuk memperlancar tugas Bank Muamalat KCP Palopo maka diperlukan struktur organisasi yang mendeskripsikan alur kerja yang harus dilakukan oleh setiap pegawai Bank Muamalat. Berikut adalah gambaran struktur organisasi.

1. *Sub Branch Manager (SBM)* = M. Kemal Mufty
2. *Sub Branch Operation Supervisor (SBOS)* = Andi Miftahul Khaer Idris
3. *Relationship Manager Funding (RM)* = Mifta Farid M.
4. *Relationship Manajer Financing (RM)* = Hadi Santoso
5. *Insurance Advisor Syariah (IAS)* = Eka Nursanti
6. *Teller* = Eko Wahyudhi
7. *Customer Service (CS)* = Marlia
8. *Driver* = Ruslan
9. *Office Boy* = Zulkhifly

10. *Security*

= Nurdin

Adapun struktur organisasi dari Bank Muamalat KCP Palopo yaitu sebagai berikut :



Gambar 4.1 Struktur Organisasi Bank Muamalat KCP Palopo

Sumber : Bank Muamalat KCP Palopo

Berikut ini bidang usaha atau bagian dari Bank Muamalat Cabang Pembantu Palopo:

a) *Sub Branch Manager (SBM)*

Struktur tertinggi di kantor cabang yang bertanggung jawab atas keseluruhan berjalannya sistem operasional perbankan di level kantor. Bertugas melakukan perekrutan staf, pelatihan, dan pengawasan. Memonitor dan mensupervisi pencapaian financing dan funding masing-masing RM sehingga mencapai target.

b) *Sub Branch Operation Supervisor (SBOS)*

Bertugas mengawasi kegiatan operasional pada kantor cabang, seperti mengawasi karyawannya dalam melayani nasabah.

c) Relationship Manager (RM)

Mempunyai tanggung jawab kerja yang berkaitan dengan pembuatan rencana kerja, bertugas mencari nasabah yang layak sesuai kriteria peraturan bank, menilai, mengevaluasi, mengusulkan besarnya kredit yang diberikan serta membina hubungan dan komunikasi dengan nasabah pembiayaan.

d) Insurance Advisor Syariah (IAS)

Bertugas membangun hubungan baik dengan nasabah dan bank partner, melakukan penjualan produk. IAS juga bertanggungjawab terhadap business process mulai dari pengisian dokumen sampai dengan daftar sales survicenya seperti mengantar polis, menjelaskan ulang isi polis, serta membantu nasabah jika ingin melakukan perubahan. Singkatnya adalah IAS menggunakan pengetahuan mereka tentang produk dan jasa untuk meningkatkan penjualan dan memenuhi target perusahaan.

e) Teller

Teller bertugas melayani nasabah untuk transaksi setor dan penarikan tunai dan non tunai serta transaksi lainnya sesuai aturan dan SLA yang ditetapkan untuk mencapai service excellent implementasi fungsi service profider, memberikan dukungan kepada supervisor layanan, operator manager, pimpinan cabang dan lain-lain.

f) Customer Service (SC)

Fungsi seorang customer service menjadi bagian terdepan dalam menerima tamu (pelanggan) yang memiliki masalah-masalah mengenai produk perusahaan. Customer service menjadi pendengar dan melayani dengan baik dan rama setiap pertanyaan, aduan, dan permintaan pelanggan dengan baik serta memberikan solusi atas masalah-masalah pelanggan.

Customer service selalu menjaga hubungan baik dengan pelanggan, klien atau nasabahnya. Semua proses pelayanan dari awal hingga akhir menjadi tanggung jawab dan tugas customer service.

2. Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil penelitian, pengumpulan data yang diperoleh melalui kuesioner yang diberikan kepada para nasabah Bank Muamalat Palopo yang menggunakan layanan atau jasa Bank Syariah, maka dapat diketahui karakteristik setiap nasabah.

Deskripsi karakteristik responden merupakan uraian atau memberikan gambaran mengenai identitas responden dalam penelitian ini. Sebab dengan menguraikan karakteristik responden yang menjadi sampel pada penelitian, akan dapat diketahui identitas responden secara terperinci. Oleh karena itu dalam deskripsi karakteristik responden dapat dikelompokkan menjadi beberapa macam, yaitu: Jenis Kelamin Responden, Umur Responden, dan Pekerjaan Responden.

Penelitian ini menggunakan 100 responden atau orang yang ditemui pada saat penelitian sedang berlangsung. Semua kuesioner telah dikembalikan dan semuanya dapat diolah lebih lanjut. Maka akan disajikan deskripsi karakteristik responden seperti berikut ini:

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Adapun data mengenai jenis kelamin responden nasabah Bank Muamalat Cabang Palopo adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Laki-laki	38	38%
2	Perempuan	62	62%
Total		100	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2021

Berdasarkan hasil olahan data yang dikumpulkan menggunakan googleforms dan pembagian kuesioner maka didapatkan keterangan mengenai tabel 4.1 menurut jenis kelamin dapat diketahui bahwa mayoritas respondennya adalah perempuan yaitu sebanyak 62 responden atau sebesar 62%, sedangkan sisanya merupakan responden laki-laki sebanyak 38 responden atau sebesar 38%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar nasabah yang menggunakan layanan Bank Muamalat Palopo adalah perempuan.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Responden

Berikut karakteristik responden berdasarkan usia, dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Umur	Tanggapan Responden	
		Orang	Persentase (%)
1	< 20	15	15%
2	21-30	55	55%
3	31-40	20	20%
4	41-50	10	10%
5	>50		
Total		100	100

Sumber: Data Primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa responden Bank Muamalat Cabang Palopo mayoritas berusia 21-30 tahun sebanyak 55 orang atau 55%, kemudian responden terbanyak selanjutnya yang berusia 31-40

tahun sebanyak 20 orang atau 20%, responden berikutnya yang berusia < 20 tahun sebanyak 15 orang atau 15%, dan yang terakhir responden yang berusia 41-50 tahun sebanyak 10 orang atau 10%. Maka dapat dikatakan bahwa responden terbanyak yang menggunakan layanan Bank Muamalat Cabang Palopo didominasi oleh responden yang berusia 21-30 tahun.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Adapun data mengenai pekerjaan responden yang menjadi nasabah di Bank Muamalat Cabang Palopo adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Tanggapan Responden	
		Orang	Persentase (%)
1	IRT	9	9%
2	Mahasiswa	35	35%
3	Wiraswasta/Pedagang	25	25%
4	Guru/Dosen	6	6%
5	Karyawan Swasta	15	15%
6	Pengusaha	10	10%
Total		100	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.3 mengenai karakteristik responden sesuai pekerjaannya, dapat dijelaskan bahwa jumlah responden terbesar adalah yang bekerja sebagai Mahasiswa sebanyak 35 responden atau 35%, responden terbesar selanjutnya yang bekerja sebagai Wiraswasta sebanyak 25 responden atau 25%, responden yang bekerja sebagai Karyawan Swasta sebesar 15 orang atau 15%, berikutnya responden sebagai Pengusaha sebanyak 10 responden atau 10%, responden yang bekerja sebagai IRT sebesar 9 orang atau 9%, dan yang terakhir bekerja sebagai Guru/Dosen sebanyak 6

responden atau 6%. Sehingga dapat dikatakan bahwa rata-rata yang menggunakan layanan Bank Muamalat Palopo didominasi oleh responden yang bekerja sebagai Mahasiswa.

3. Analisis Data

a. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji tingkat signifikansi pengaruh antara variabel bebas atau *independent* terhadap variabel terikat atau *dependent* dengan memberikan hasil distribusi normal atau tidak yang terdapat dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov*. Dalam hal ini untuk mengetahui apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Jadi model regresi yang baik yaitu jika memiliki nilai residual yang berdistribusi normal. Nilai residual berdistribusi normal jika nilai signifikansi $> 0,05$ atau lebih besar dari $0,05$. Adapun hasil uji *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* sebagai berikut.

Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,13696478
Most Extreme Differences	Absolute	,069
	Positive	,069
	Negative	-,054
Test Statistic		,069
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Hasil Output SPSS. 22, diolah 2021

Berdasarkan hasil uji normalitas data dengan menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* diketahui nilai signifikansi sebesar $0,200$.

Jika dibandingkan dengan nilai probabilitas 0,05. Nilai signifikan ini lebih besar dari nilai probabilitas ($0,200 > 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa data yang diuji tersebut berdistribusi normal.

2) Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas mempunyai hubungan yang linear atau tidak dengan variabel terikat secara signifikan. Uji ini digunakan sebagai persyaratan dalam regresi linear. Pengujiannya dilakukan dengan menggunakan *Test For Linearity* pada SPSS 22. Berdasarkan ketetapanannya jika nilai *Signifikan Deviation From Linearity* $> 0,05$, maka terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas dengan variabel terikat, begitupun sebaliknya. Jadi untuk hasil uji linearitas yang telah dilakukan dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.5 Uji Linearitas Tingkat Pengetahuan

			ANOVA Table				
			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Loyalitas Nasabah (Y) * Tingkat Pengetahuan (X1)	Between Groups	(Combined)	15,181	8	1,898	1,030	,420
		Linearity	4,260	1	4,260	2,311	,132
		Deviation from Linearity	10,922	7	1,560	,846	,552
	Within Groups		167,729	91	1,843		
Total			182,910	99			

Sig. $0,552 > 0,05$

Sumber : Hasil Output SPSS 22, diolah 2021

Berdasarkan hasil uji linearitas pada tabel 4.5 didapatkan nilai signifikan *Deviation from Linearity* tingkat pengetahuan sebesar 0,552 nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Sehingga data tersebut dapat dipastikan memiliki hubungan linear yang signifikan antara kedua variabel, artinya

bahwa perubahan yang terjadi pada variabel terikat dengan membentuk garis linier.

Tabel 4.6 Uji Linearitas Kualitas Layanan
ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Loyalitas Nasabah (Y) *	Between Groups	(Combined) Linearity	31,374	8	3,922	2,355	,024
Kualitas Layanan (X2)	Deviation from Linearity		24,792	1	24,792	14,888	,000
			6,582	7	,940	,565	,783
	Within Groups		151,536	91	1,665		
	Total		182,910	99			

Sig. 0,783 > 0,05

Sumber: Hasil Output SPSS 22, diolah 2021

Berdasarkan hasil uji linearitas tabel 4.6 didapatkan nilai signifikan *Deviation from Linearity* kualitas layanan sebesar 0,783 nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Sehingga data dapat dipastikan bahwa variabel Loyalitas nasabah (Y) dengan variabel Kualitas layanan (X2) memiliki hubungan linear yang signifikan. Hal tersebut berarti bahwa perubahan yang terjadi pada variabel terikat, membentuk garis linear.

Tabel 4.7 Uji Linearitas Kepuasan
ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Loyalitas Nasabah (Y) *	Between Groups	(Combined) Linearity	54,790	6	9,132	6,629	,000
Kepuasan (X3)	Deviation from Linearity		39,206	1	39,206	28,459	,000
			15,584	5	3,117	2,262	,055
	Within Groups		128,120	93	1,378		
	Total		182,910	99			

Sig. 0,055 > 0,05

Sumber: Hasil Output SPSS 22, diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.7 Diperoleh nilai signifikan *Deviation from Linearity* 0,055 > 0,05 yang artinya terdapat hubungan linear secara

signifikan antara variabel Loyalitas Nasabah (Y) dengan variabel Kepuasan (X3).

3) Multikoloniaritas

Uji multikolonearitas bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya suatu korelasi yang tinggi antara variabel-variabel independen (X) dalam suatu model regresi linear berganda. Jika ada korelasi yang tinggi diantara variabel independennya, maka hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependennya menjadi terganggu. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Untuk melakukan uji multikolonearitas pada penelitian ini akan menggunakan perhitungan nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai ketetapan yang umum digunakan untuk menunjukkan adanya multikolonearitas adalah nilai *Tolerance* $> 0,10$ atau sama dengan nilai VIF < 10 . Adapun hasil uji multikolonearitas pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolonearitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	1,133	2,561		,443	,659		
Tingkat Pengetahuan (X1)	,129	,064	,175	2,024	,046	,975	1,026
Kualitas Layanan (X2)	,157	,063	,227	2,508	,014	,891	1,122
Kepuasan (X3)	,449	,099	,411	4,535	,000	,889	1,125

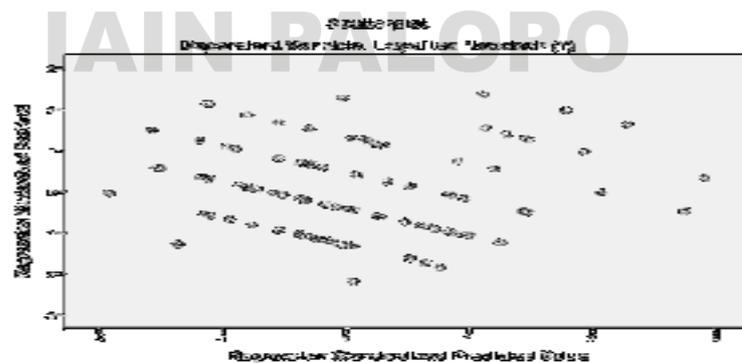
a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah (Y)

Sumber: Hasil Output SPSS 22, diolah 2021

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas diperoleh nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) pada variabel Tingkat Pengetahuan (X1) sebesar 1,026, variabel Kualitas Layanan (X2) sebesar 1,122, dan variabel Kepuasan (X3) sebesar 1,125 lebih kecil dari pada 10 atau $1,026 < 10$; $1,122 < 10$; dan $1,125 < 10$. Sedangkan nilai *Tolerance* pada variabel Tingkat Pengetahuan (X1) sebesar 0,975, Kualitas Layanan (X2) sebesar 0,891, dan Kepuasan (X3) sebesar 0,889 lebih besar dari 0,10 atau $0,975 > 0,10$; $0,891 > 0,10$; dan $0,889 > 0,10$. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas antar variabel independen.

4) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual model regresi. Jika tidak ditemukan terjadinya heteroskedastisitas maka data tersebut dianggap baik. Heteroskedastisitas terjadi jika varian pada model pada model regresi memiliki nilai yang sama atau konstan. Uji heteroskedastisitas pada penelitian ini menggunakan *Scatterplot*. Adapun hasil uji heteroskedastisitas pada penelitian ini adalah sebagai berikut.



Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber: Hasil Output SPSS 22, diolah 2021

Berdasarkan output *Scatterplot* di atas dapat diketahui bahwa:

- (1) Titik-titik menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0.
- (2) Titik-titik tidak berkumpul hanya di atas dan di bawah saja
- (3) Penyebaran titik-titik data pada *Scatterplot* tidak teratur dan tidak membentuk pola tertentu (naik turun, mengelompok menjadi satu).

Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada model regresi.

b. Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari dua variabel atau lebih variabel independen (bebas atau X) terhadap variabel dependen (terikat atau Y). Perhitungan statistik dalam analisis regresi linear berganda adalah menggunakan SPSS 22. Hasil analisis tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.9 Hasil Uji Linear Berganda

Model	Unstandardized		Standardized	T	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,133	2,561		,443	,659
Tingkat Pengetahuan (X1)	,129	,064	,175	2,024	,046
Kualitas Layanan (X2)	,157	,063	,227	2,508	,014
Kepuasan (X3)	,449	,099	,411	4,535	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah (Y)

Sumber: Output SPSS 22, diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.9 di atas dapat diketahui hasil analisis regresi dapat dilihat pada kolom B pada Constant (a) adalah 1,133, sedangkan nilai tingkat pengetahuan (b_1) sebesar 0,129, kualitas layanan (b_2) adalah 0,157,

dan kepuasan (b_3) adalah sebesar 0,449. Maka persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

$$Y = 1,133 + 0,129 X_1 + 0,157 X_2 + 0,449 X_3 + e$$

Dari persamaan regresi linear berganda di atas maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- a. $a =$ nilai konstanta 1,133 (positif) menyatakan bahwa sebelum dipengaruhi variabel-variabel bebas (Tingkat Pengetahuan, Kualitas Layanan, dan Kepuasan) maka Loyalitas Nasabah di Bank Muamalat sebesar 1,133.
- b. Koefisien $B_1 = 0,129$ Menyatakan bahwa jika tingkat pengetahuan bertambah 1 angka, maka loyalitas nasabah di bank Muamalat akan mengalami peningkatan sebesar 0,129 bernilai positif. Artinya jika semakin tinggi tingkat pengetahuan nasabah maka akan semakin tinggi pula loyalitas nasabah di bank Muamalat.
- c. Koefisien $B_2 = 0,157$ Menyatakan bahwa setiap penambahan 1 skor kualitas layanan akan meningkatkan loyalitas nasabah sebesar 0,157 dengan koefisien bernilai positif, artinya jika semakin bagus kualitas layanan suatu bank maka nasabah akan semakin loyal.
- d. Koefisien $B_3 = 0,449$ Menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 skor kepuasan akan meningkatkan loyalitas nasabah sebesar 0,449 dengan kata lain koefisien regresi untuk variabel kepuasan bernilai positif. Artinya terjadi pengaruh positif antara kepuasan terhadap loyalitas nasabah, semakin nasabah merasakan kepuasan maka akan semakin meningkat pula loyalitas nasabah pada bank tersebut.

c. Uji Hipotesis

1) Uji Simultan (Uji f)

Tabel 4.10 Hasil Uji Simultan (Uji f) untuk mengetahui pengaruh secara simultan antara tingkat pengetahuan, kualitas layanan, dan kepuasan yang signifikan terhadap loyalitas nasabah?

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	54,934	3	18,311	13,736	,000 ^b
Residual	127,976	96	1,333		
Total	182,910	99			

a. Dependent Variable: LOYALITAS NASABAH (Y)

b. Predictors: (Constant), KEPUASAN (X3), TINGKAT PENGETAHUAN (X1), KUALITAS LAYANAN (X2)

Sumber: Output SPSS 22, diolah 2021

Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka F_0 ditolak dan F_1 diterima, begitupun sebaliknya nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 terima dan H_1 ditolak. Berdasarkan tabel 4.10 Diperoleh nilai F_{hitung} sebesar $13,736 > F_{tabel}$ yaitu 2,70, sehingga nilai F_0 ditolak dan F_1 diterima dengan taraf signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ (nilai ketetapan), maka dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama terdapat pengaruh yang signifikan antara tingkat pengetahuan, kualitas layanan, dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah.

2) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji- R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,548 ^a	,300	,278	1,155

a. Predictors: (Constant), Kepuasan (X3), Tingkat Pengetahuan (X1), Kualitas Layanan (X2)

Sumber: Output SPSS 22, diolah 2021

Berdasarkan tabel 4.11 dapat diketahui nilai koefisien determinasi (R Square) pada output *Model Summary* diketahui pengaruh dari ketiga variabel

independen (tingkat pengetahuan, kualitas layanan dan kepuasan) terhadap dependen (loyalitas nasabah) dinyatakan dalam nilai R Square yaitu dengan nilai kontribusi sebesar 0,300 atau 30%. Artinya bahwa terdapat 0,300 atau 30% pengaruhnya terhadap variabel dependen (loyalitas nasabah) yang bisa dijelaskan oleh ketiga variabel independen dalam penelitian ini yaitu tingkat pengetahuan, kualitas layanan, dan kepuasan secara bersama-sama. Sedangkan sisanya ($100\% - 30\% = 70\%$) dijelaskan oleh variabel yang lain diluar dari penelitian ini.

3) Uji Parsial (Uji t)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen tingkat pengetahuan, kualitas layanan, dan kepuasan secara individual/parsial berpengaruh terhadap variabel dependen loyalitas nasabah. Adapun hipotesis yang diajukan peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H0.1 : Tidak terdapat pengaruh secara parsial tingkat pengetahuan terhadap loyalitas nasabah.

H1.1 : Terdapat pengaruh secara parsial tingkat pengetahuan terhadap loyalitas nasabah.

H0.2 : Tidak terdapat pengaruh secara parsial kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah.

H1.2 : Terdapat pengaruh secara parsial kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah.

H0.3 : Tidak terdapat pengaruh secara parsial kepuasan terhadap loyalitas nasabah.

H1.3 : Terdapat pengaruh secara parsial kepuasan terhadap loyalitas nasabah.

Dasar pengambilan keputusan berdasarkan nilai signifikansi:

- (a) Jika nilai $\text{sig} < 0,05$ maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- (b) Jika nilai $\text{sig} > 0,05$ maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Dasar pengambilan keputusan berdasarkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} :

- (a) Jika nilai $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ maka ada pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) atau hipotesis diterima.
- (b) Jika nilai $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$ maka tidak ada pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) atau variabel ditolak.

Tabel 4.12 Hasil Uji Parsial (Uji-t) Apakah tingkat pengetahuan, kualitas layanan, dan kepuasan secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,133	2,561		,443	,659
Tingkat Pengetahuan (X1)	,129	,064	,175	2,024	,046
Kualitas Layanan (X2)	,157	,063	,227	2,508	,014
Kepuasan (X3)	,449	,099	,411	4,535	,000

Sumber: Output SPSS 22, diolah 2021

Berdasarkan tabel *coefficients* di atas dapat diketahui besarnya nilai signifikan dan nilai t_{hitung} masing-masing dari tiga variabel bebas tersebut yaitu :

- (1) Variabel tingkat pengetahuan (X1) nilai t_{hitung} sebesar $2,024 >$ nilai t_{tabel} 1,984 yang berarti bahwa tingkat pengetahuan berpengaruh positif terhadap variabel loyalitas nasabah (Y) dengan tingkat signifikan $0,046 < 0,05$. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya variabel

tingkat pengetahuan (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Muamalat Kota Palopo.

(2) Variabel kualitas layanan (X2) nilai t_{hitung} 2,508 > nilai t_{tabel} 1,984 yang berarti bahwa kualitas layanan (X2) berpengaruh positif terhadap variabel loyalitas nasabah (Y) dengan tingkat signifikan $0,014 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_2 diterima, yang berarti bahwa variabel kualitas layanan (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat Kota Palopo.

(3) Variabel kepuasan (X3) nilai t_{hitung} sebesar 4,535 > nilai t_{tabel} 1,984, artinya bahwa variabel kepuasan (X3) berpengaruh positif terhadap variabel loyalitas nasabah (Y), tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_3 diterima, artinya bahwa variabel kepuasan (X3) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y) Bank Muamalat Kota Palopo.

B. Pembahasan

Pembahasan dalam hal ini yaitu untuk menjawab rumusan masalah dan membahas tentang hasil penelitian. Untuk menjawab rumusan masalah, maka peneliti menggunakan data primer dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada responden dan sampel yang telah ditentukan sebanyak 100 sampel.

Kemudian data yang diperoleh akan di analisis dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS 22 untuk memudahkan peneliti dalam mengelola data penelitian. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan beberapa tahap pengujian diantaranya yaitu Uji Asumsi Klasik yang terdiri dari

Uji Normalitas dengan metode *One-Sample Kolmogorov Smirnov*, Uji Linearitas, Uji Multikolinearitas, dan Uji Heteroskedastisitas dengan metode *Scatterplot*. Selanjutnya menggunakan analisis regresi linear berganda dan Uji Hipotesis yang terdiri dari Uji Parsial (Uji-t), Uji R^2 (Determinasi) dan Uji Simultan (Uji-f).

Berikut hasil analisis uji asumsi klasik yang telah dilakukan dengan beberapa tahap pengujian dan menunjukkan hasil sebagai berikut:

1. Dari hasil uji normalitas data yang dilakukan dengan menggunakan *One-Sample Kolmogorov Smirnov* diperoleh nilai signifikan sebesar 0,200. Jika dibandingkan dengan nilai probabilitas 0,05, nilai signifikan tersebut lebih besar dari nilai probabilitas atau $0,200 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal.
2. Berdasarkan hasil uji linearitas diperoleh nilai signifikan tingkat pengetahuan sebesar 0,552, nilai signifikan tersebut lebih besar dari nilai ketetapan yaitu 0,05. Oleh karena itu dapat dipastikan bahwa data tersebut memiliki hubungan yang linear signifikan, artinya bahwa setiap perubahan yang terjadi pada variabel terikat akan membentuk garis linear.

Nilai signifikan untuk kualitas layanan yaitu sebesar 0,783, nilai tersebut lebih besar dari nilai probabilitas atau ketetapannya 0,05. Sehingga data tersebut bisa dipastikan bahwa variabel ini memiliki hubungan linear yang signifikan dan perubahan pada variabel terikat dengan membentuk garis linear.

Sedangkan nilai signifikan pada variabel kepuasan sebesar 0,055, hasil nilai signifikan tersebut lebih besar dari nilai probabilitas 0,05. Maka data untuk

variabel kepuasan dipastikan bahwa kedua variabel memiliki hubungan linear yang signifikan. Hal tersebut berarti bahwa perubahan yang terjadi pada variabel terikat dengan membentuk garis linear.

3. Berdasarkan hasil uji multikolinearitas diperoleh nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) pada variabel tingkat pengetahuan (X1) sebesar 1,026, kualitas layanan (X2) sebesar 1,122 dan untuk variabel kepuasan (X3) sebesar 1,125, hasil dari masing-masing nilai VIF pada tiap variabel tersebut lebih kecil dari pada 10 atau $1,026 < 10$; $1,122 < 10$; dan $1,125 < 10$. Sedangkan nilai *tolerance* pada variabel Tingkat Pengetahuan (X1) sebesar 0,975, Kualitas Layanan (X2) sebesar 0,891, dan variabel Kepuasan (X3) sebesar 0,889. Hasil nilai *tolerance* dari masing-masing variabel tersebut lebih besar dari nilai ketetapan 0,10 atau $0,975 > 0,10$; $0,891 > 0,10$ dan $0,889 > 0,10$. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas antar variabel independen.
4. Berdasarkan hasil output uji heteroskedastisitas dengan metode *scatterplot* di atas dapat diketahui bahwa:
 - a. Titik-titik data yang menyebar berada di atas dan di bawah atau disekitar angka 0.
 - b. Titik-titik tidak hanya mengumpul di atas dan di bawah saja.
 - c. Penyebaran titik-titik data tidak membentuk pola melebar kemudian menyempit dan melebar kembali. Penyebaran titik-titik data tidak berpola.
 - d. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat diketahui bahwa tidak ada gejala heteroskedastisitas, dengan kata lain uji korelasi berhasil.

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda pada sebuah model persamaan regresi:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

$$Y = 1,133 + 0,129 + 0,157 + 0,449 + e$$

Dari persamaan tersebut maka dapat diinterpretasikan dalam beberapa hal diantaranya sebagai berikut:

- 1) a = nilai konstanta (a) sebesar 1,133 artinya bahwa ketika tidak terdapat variabel independen (tingkat pengetahuan, kualitas layanan, dan kepuasan) maka nilai Loyalitas Nasabah positif sebesar 1,133.
- 2) Nilai koefisien regresi Tingkat Pengetahuan $B_1 = 0,129$ yang berarti bahwa setiap peningkatan variabel tingkat pengetahuan sebanyak 1 angka maka loyalitas nasabah akan meningkat sebesar 0,129.
- 3) Nilai koefisien regresi Kualitas Layanan $B_2 = 0,157$ menunjukkan bahwa apabila responden positif atas kualitas layanan atau bertambah 1 maka Loyalitas Nasabah akan mengalami kenaikan sebesar 0,157.
- 4) Nilai koefisien regresi Kepuasan $B_3 = 0,449$ menunjukkan bahwasannya peningkatan 1 skor kepuasan akan meningkatkan loyalitas nasabah sebesar 0,449 dengan asumsi variabel-variabel bebas lainnya. Koefisien yang bernilai positif berarti terjadi pengaruh positif antara kepuasan terhadap loyalitas nasabah, semakin bagus kepuasan tersebut maka semakin meningkat pula loyalitas nasabah.

Sedangkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan dengan Uji Parsial (Uji-t), Uji R^2 (Determinasi) serta Uji Simultan (Uji-f) yang menunjukkan hasil bahwa

terdapat pengaruh positif antara variabel Tingkat Pengetahuan, Kualitas Layanan, dan Kepuasan (X) terhadap Loyalitas Nasabah (Y), dengan hasil penelitian sebagai berikut.

Apakah terdapat pengaruh secara simultan Tingkat Pengetahuan, Kualitas Layanan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah?

Berdasarkan Uji Simultan (Uji-f) :

Apabila nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka F_0 ditolak dan F_1 diterima, begitupun sebaliknya $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Berdasarkan tabel 4.10 Diperoleh nilai F_{hitung} sebesar $13,736 > F_{tabel}$ sebesar $2,70$, jadi nilai F_0 ditolak dan F_1 diterima dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ (nilai ketetapan). Maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan (bersama-sama) terdapat pengaruh yang signifikan antara tingkat pengetahuan, kualitas layanan, dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah.

Berdasarkan hasil uji tersebut dapat disimpulkan bahwa jika secara bersama-sama ketiga variabel independen berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah maka kelayakan nasabah pada suatu Bank Muamalat tersebut akan mengalami peningkatan. Sehingga akan menjadi tugas penting bagi Bank Muamalat Palopo dan perusahaan lainnya untuk memberikan pemahaman kepada nasabah terkait dengan proses dan seisiinya yang terdapat di bank tersebut, serta pihak bank harus mampu memahami dan mengetahui perilaku nasabah dalam menggunakan jasa dan produk perbankan. Hal itulah yang nantinya akan menimbulkan perilaku nasabah yang melakukan pembelian secara berulang dengan harapan nantinya mampu menjadi nasabah yang loyal.

Apakah terdapat pengaruh secara parsial Tingkat Pengetahuan, Kualitas Layanan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah?

Berdasarkan Uji Parsial (Uji-t) di bawah ini, dapat diketahui bahwa :

- 1) Variabel tingkat pengetahuan (X1) nilai t_{hitung} sebesar 2,024 > nilai t_{tabel} 1,984, yang berarti bahwa tingkat pengetahuan berpengaruh positif terhadap variabel Loyalitas Nasabah (Y) dengan tingkat signifikan 0,046 < 0,05. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya berdasarkan uji-t Tingkat Pengetahuan (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Muamalat Kota Palopo.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Natoatmodjo dalam teori over behavior yang menyatakan bahwa pengetahuan atau kognitif sangat penting digunakan dalam menentukan tindakan atau perilaku seseorang.⁶⁰ Selain itu sejalan juga dengan teori yang dikemukakan oleh Ben McConnell dan Jackie Huba dalam bukunya Philip Kotler dan Kevin Lane Keller yang berjudul “Manajemen Pemasaran” menyatakan bahwa pelanggan yang loyal juga akan menjadi pelanggan pewarta yang tidak hanya membeli produk atau jasa perusahaan tetapi begitu memercayainya, sehingga mereka terdorong untuk menyebarkan berita dan membagikan pengetahuan yang dimiliki serta secara suka rela merekrut teman-teman dan kolega mereka untuk

⁶⁰Irawati, dan Akramunnas, “Pengetahuan Masyarakat Tentang Riba Terhadap Perilaku Utang Piutang Di Kecamatan Anreapi Polewali Mandar Tahun Periode 2018,” *Jurnal Ekonomi Islam* 5, no. 2 (Januari 1, 2021): 118. <<https://doi.org/10.24252/lamaisyir.v5i2.7275>>

kepentingan perusahaan⁶¹. Artinya jika pengetahuan nasabah tentang bank syariah khususnya Bank Muamalat Palopo makin tinggi maka seseorang tersebut akan mampu mengkaji informasi dari lembaga keuangan syariah dengan mengambil keputusan secara bijak untuk menjadi nasabah yang loyal. Dengan adanya pengetahuan yang dimiliki setiap nasabah selain menjadikannya lebih loyal, nasabah tersebut pun nantinya juga akan mampu meningkatkan kelayaitan suatu bank. Karena melalui pengetahuan yang telah dimiliki selama menjadi nasabah Bank Muamalat, maka nasabah tersebut akan mampu memberikan pemahaman dan edukasi mengenai produk dan jasa yang digunakan maupun akad yang ada serta membagikan informasi yang dimilikinya kepada pihak lain mengenai Bank Syariah, kemudian mengajak kerabat, keluarga, teman, maupun saudara untuk menjadi nasabah Bank Muamalat. Dengan begitu maka pihak manajemen dapat melakukan langkah-langkah dalam rangka memberikan edukasi atau pengetahuan secara jelas kepada nasabah maupun calon nasabah mengenai bank syariah dan seisinya. Sehingga akan menjadi bahan pertimbangan bagi nasabah untuk tetap loyal atau bertahan secara terus menerus. Maka kelayaitan suatu bank akan mengalami peningkatan.

- 2) Variabel Kualitas Layanan (X2), berdasarkan hasil pengujian diketahui bahwa kualitas layanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y). Dengan nilai t_{hitung} sebesar (2,508) > nilai t_{tabel}

⁶¹Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*. (Penerbit Erlangga: PT Gelora Aksara Pratama, Ed: 13, 2008): 154.

(1,984), serta tingkat signifikan $0,014 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_2 diterima. Hal ini berarti hubungan antara kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah berpengaruh positif signifikan.

Hasil tersebut diperkuat atau didukung oleh penelitian terdahulu dari Azka Al Afifah dan Anindita Imam Basri, yang menunjukkan bahwa kualitas layanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Parasuraman yang menyatakan bahwa dengan adanya kepuasan pada diri konsumen, maka produk perusahaan dapat memperoleh citra baik dari konsumen dan pada gilirannya akan memperoleh loyalitas dari konsumen⁶². Maka dapat disimpulkan bahwa untuk mempertahankan kelayakitan nasabah, perusahaan Bank Syariah khususnya Bank Muamalat Palopo harus mampu memberikan layanan yang terbaik kepada nasabahnya. Karena kualitas layanan ini erat kaitannya dengan kepuasan, maka apabila layanan yang didapatkan oleh nasabah melebihi harapannya, maka nasabah tersebut akan dapat meraih kepuasan. Dalam hal ini industri perbankan syariah harus mampu meningkatkan kualitas layanannya untuk mencapai suatu kepuasan nasabah, sehingga nasabah tidak beralih ke perusahaan lain untuk memenuhi kebutuhannya. Meningkatkan mutu layanan oleh suatu perusahaan perbankan syariah salah satunya pada Bank Muamalat Palopo merupakan suatu cara yang nyata dalam memenangkan persaingan dan mempertahankan kelayakitan nasabah.

⁶²Falla Ilhami Saputra, "Kualitas Layanan, Citra, dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Pelanggan (Studi pada PT Bank BNI 46 Sentra Kredit Kecil Surabaya)," *Jurnal Aplikasi Manajemen* 11, no. 3 (September, 2013): 447.

3) Variabel Kepuasan (X3), hasil ujinya menunjukkan bahwa kepuasan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y), dengan nilai t_{hitung} (4,535) > nilai t_{tabel} (1,984), dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. Maka H_0 ditolak dan H_3 diterima, artinya kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat Palopo.

Temuan ini sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Kennedy yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) menjadi bagian dari penentu kepuasan yang berpengaruh pada kepercayaan pelanggan, pembelian ulang, bahkan kesetiaan dan komitmen konsumen. Jadi kepuasan menjadi pengaruh penting dalam upaya *relationship marketing* guna meningkatkan loyalitas nasabah.

Hasil penelitian tersebut juga sejalan dengan penelitian terdahulu Anindita Imam Basri dan Azka Al Afifah yang menyimpulkan bahwa kepuasan berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat Palopo. Hal ini disebabkan karena semakin tinggi kepuasan nasabah terhadap bank syariah tersebut maka akan makin meningkat pula kelayaitasan atau kesetiaan nasabah.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan pada bab sebelumnya serta hasil analisis data yang diolah dengan SPSS V.22 *For Windows*, maka penulis menarik kesimpulan bahwa tingkat pengetahuan, kualitas layanan, dan kepuasan memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat Kota Palopo. Hal tersebut dibuktikan dengan melihat Uji Simultan (uji f) dan Uji Parsial (Uji t), sebagai berikut:

1. Uji simultan (uji-f) menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel independen (tingkat pengetahuan, kualitas layanan, dan kepuasan) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas nasabah (Variabel dependen). Dan dapat dibuktikan dengan Uji R Square yang menunjukkan bahwa pengaruh variabel X (tingkat pengetahuan, kualitas layanan, dan kepuasan) terhadap loyalitas nasabah mempunyai kontribusi sebesar 0,300 atau mempunyai kontribusi secara bersama-sama sebesar 30%. Sedangkan sisanya sebesar 70% dipengaruhi oleh faktor-faktor atau variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian.
2. Uji Parsial (uji-t) menunjukkan bahwa variabel-variabel independen berpengaruh positif signifikan, seperti Tingkat Pengetahuan (X1) secara parsial berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah dengan nilai t_{hitung} sebesar $2,024 > \text{nilai } t_{tabel} 1,984$ dan tingkat signifikan $0,046 < 0,05$. Variabel Kualitas layanan (X2) secara parsial berpengaruh signifikan

terhadap Loyalitas Nasabah yang memperoleh nilai t_{hitung} sebesar (2,508) > nilai t_{tabel} (1,984) dengan signifikansi $0,014 < 0,05$. Begitupun dengan variabel Kepuasan (X3) nilai t_{hitung} (4,535) > nilai t_{tabel} (1,984), dengan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$.

Hal tersebut menjadi bukti nyata bahwa tingkat pengetahuan, kualitas layanan dan kepuasan Bank Muamalat Kota Palopo menjadi salah satu aset berharga yang mampu membawa suatu perusahaan atau bank syariah untuk menuju puncak kesuksesan dalam menghadapi persaingan yang makin ketat. Selain itu juga dapat membantu manajemen dalam merancang strategi dan program pemasaran yang tepat. Makin baik suatu tingkat pengetahuan, kualitas layanan, dan kepuasan dari Bank Muamalat, maka akan makin banyak pula peluang bagi bank untuk meningkatkan diri dan mendapatkan loyalitas nasabah. Dengan cara memberikan pemahaman atau edukasi kepada nasabah, dan memberikan layanan yang terbaik kepada nasabah agar nasabah dapat merasakan kepuasan dengan apa yang telah disediakan oleh bank, menjadikan bank syariah mampu untuk tetap eksis dalam persaingan yang makin ketat.

B. Saran

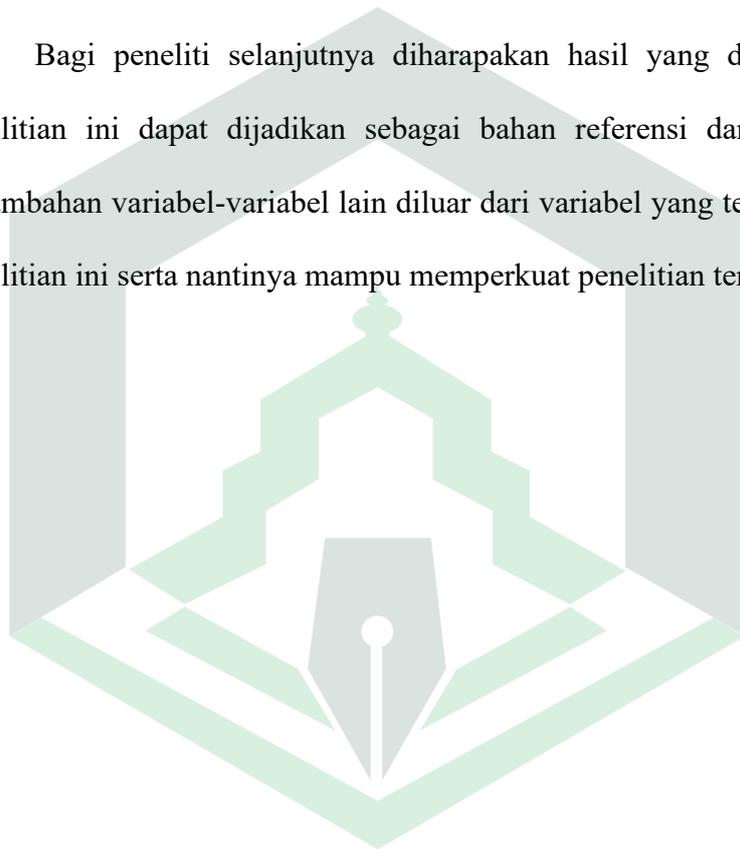
1. Bagi Pihak Bank

Perusahaan Bank Muamalat diharapkan terus menjunjung tinggi nilai keislaman yang berlandaskan Al-Qur'an dan Hadist dengan konsisten dan melakukan peningkatan kinerja suatu bank. Bank Muamalat harus tetap memberikan pemahaman kepada nasabah mengenai keunggulan bank syariah, lebih meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan agar nasabah tetap loyal

serta terus melakukan transaksinya di Bank Muamalat Kota Palopo. Tingkat kesediaan alat, ketanggapan karyawan, bentuk empati karyawan, dan kenyamanan diruang tunggu menyebabkan nasabah mempunyai tingkat kepuasan dan loyalitas yang tinggi.

2. Saran untuk peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan hasil yang didapatkan pada penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan perlu adanya penambahan variabel-variabel lain diluar dari variabel yang telah diteliti pada penelitian ini serta nantinya mampu memperkuat penelitian terdahulu.



IAIN PALOPO

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Agama, Kementerian Deprtemen. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* . Ed. 3, (Semarang: Universitas Ponegoro, 2005).
- Gunawan, Heri. *Kurikulum Dan Pembelajaran Pendidikan Agama Islam*. (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2013).
- Johan , Suwinto. *Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis*. (Yogyakarta: Graha Ilmu, Cet:1, 2011).
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*. (Penerbit Erlangga: PT Gelora Aksara Pratama, Ed: 13, 2008).
- Santoso, Purbayu Budi, dan Ashari. *Analisis Statistik Dengan Microsoft Excel & SPSS*. Edisi 1, (Yogyakarta : ANDI, 2007).
- Sekaran, Uma, *Business Research dalam Sugiyono, Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)*, (Bandung: Alfabeta, 2013).
- Sekaran, Uma, dan Roger Bogue. *Metode Penelitian Untuk Bisnis*. Edisi 6, (Jakarta: Salemba 4, 2017).
- Siregar, Syofian . *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual Dan Aplikasi SPSS Versi 17*. (Cet: 5; Jakarta: Rajawali Pers, 2016).
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Cet. 4 (Bandung:: Alvabeta, 2013).
- . *Metode Penelitian Manajemen*. (Bandung: Alfabeta, 2013).
- . *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*.(Bandung: Alfabeta, 2009).
- . *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*.(Bandung: Alfabeta, 2014).

Jurnal

- Afifah, Aska Al. “Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah.” *Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN*, 2017.

- Andesra, Yuli. "Peran Kualitas Pelayanan Dalam Membangun Kepercayaan Dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Simpang Empat." *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, Vol.4, No.2, 2016.
- Arnawisuda Ningsi, Besse dan Lucia Agustina, "Analisis Kepuasan Pelanggan Atas Kualitas Produk Dan Pelayanan Dengan Metode SEM-PLS," *Jurnal Statistika dan Aplikasinya (JSA)* 2, No. 2, 2018.
- Azizah, Hilyatul. "Pengaruh Kualitas Layanan, Citra, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah." *Jurnal Manajemen Analisis*, Vol. 1, No.2, 2012.
- Aziz, M Afiq. "Pengaruh Pengetahuan Polis, Kepercayaan Nasabah, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Asuransi Unit Link Syariah Studi Nasabah PT. Prudential Life Assurance Surakarta." *Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, IAIN Surakarta*, 2018.
- Basri, Anindita Imam. "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Pengguna E-Banking." *Bisnis Manajemen*, Vol.2, No.1, 2019.
- Darwin, Steven, dan Yohanes Sondang Kunto. "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan dan kepercayaan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Asuransi Jiwa Manulife Indonesia-Surabaya." *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, Vol.2, No.1, 2014.
- Fauzi , Irfan. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Studi Pada Pegadaian Cabang Pembantu Syariah Majapahit Semarang." *Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, IAIN Surakarta*, 2019.
- Firdaus, Saifullah, Nurul Huda, dan Idad Firhan, "Analisis Rasio Profitabilitas pada PT. Bank Muamalat, TBK Tahun Periode 2015-2019," *Jurnal Proaksi* 8, no. 1.
- Huda, Ahmad Nurul, dan Sri Wahyuni. "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Internet Banking Dan Tingkat Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Pembantu Jamsostek Jakarta." *Business & Management Review*, 2012.
- Indah, Dewi Rosa. "Pengaruh E-Banking Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT Bank BNI 46 Cabang Langsa." *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, Vol.5, No.2, 2016.
- Irawati, dan Akramunnas, "Pengetahuan Masyarakat Tentang Riba Terhadap Perilaku Utang Piutang Di Kecamatan Anreapi Polewali Mandar Tahun Periode 2018," *Jurnal Ekonomi Islam* 5, no. 2, 2021.

- Krisdayanti, Helisia. "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Minimarket Kertapeti Jaya Indah Palembang." *Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Raden Fatah Palembang*, 2017.
- Laila, Zulfa Nur. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Pengetahuan Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Bank Syariah Melalui Minat Sebagai Variabel Intervening ." *Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Salatiga*, 2018.
- Mariyanti, Tati. "Analisis Pengaruh Pengetahuan Terhadap Kepercayaan Kepada Bank Syariah." *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 2018.
- Mutammam, Ujang Sumarwan, dan Netti Tinaprilla. "Pengaruh Pengetahuan Konsumen, Kualitas Produk, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengisian Angin Merek Green Nitrogen ." *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Bisnis, Vol.5, No.2*, 2019.
- Nasir, Akhmad. "Pengaruh Kepuasan, Kepercayaan, Dan Komitmen Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Tabungan Pensiunan Nasional Syariah Cabang Probolinggo." *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen, Vol.3, No.2*, 2018.
- Nisa , Azizah Khoirun. "Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, Dan Kemudahan Penggunaan E-Banking Terhadap Minat Bertransaksi Ulang Secara Online Dalam Perspektif Ekonomi Islam ." *Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung*, 2018.
- Octafiana, Riska. "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Brand Image, Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Di BMT Taruna Sejahtera." *Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, IAIN Salatiga*, 2015.
- Razak, Abdul, Jusbair Baheri, dan Muhammad Irsyad Ramadhan. "Pengaruh Kepuasan Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Negara Indonesia (BNI) Cabang Kendari." *Journal Of Economic And Business, Vol.1, No.2*, 2018.
- Rohmaniah, Alfiatul. "Pengaruh Pengetahuan, Promosi, Lokasi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Nasabah Menabung di Bank Syariah Dengan Religius Sebagai Variabel Moderating." *Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, IAIN Salatiga*, 2019.
- Saputra, Falla Ilhami, "Kualitas Layanan, Citra, dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Pelanggan (Studi pada PT Bank BNI 46 Sentra Kredit Kecil Surabaya)," *Jurnal Aplikasi Manajemen 11, no. 3*, 2013.

Setiawan, Rahmat Yuli. “Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah.” *Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, STAIN Salatiga*, 2015.

Sulistiyono, Muhammad Aris. “Pengaruh Pengetahuan, Promosi, Dan Tingkat Pendapatan Konsumen terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Bank Syariah (Studi Pada PT Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Kas Condongcatur, Yogyakarta) .” *Skripsi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga*, 2016: 15.

Tahuman, Zainuddin. “Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Keunggulan Bersaing .” *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen, Vol.4, No.3*, 2016: 445.

Trisusanti, Yelli . “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pekan Baru).” *JOM FISIP Vol.4, No.2*, 2017.

Website

Anggini, Eni Tri, “Sejarah dan Perkembangan Bank Syariah di Indonesia”, <<https://blog.amartha.com/sejarah-dan-perkembangan-bank-syariah-di-indonesia/>>, diakses pada tanggal 13 November 2020.

Bank Muamalat Indonesia, <<https://www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat>>, diakses pada tanggal 13 November 2020.

<<https://www.statistikian.com/2016/11/uji-multikolonearitas.html>> di akses tanggal 24 November 2020.

<www.bankmuamalat.co.id> di akses pada tanggal 23 Januari 2021.

IAIN PALOPO

L

A

M

P

I

R

IAIN PALOPO

A

N

KUESIONER PENELITIAN
Pengaruh Tingkat Pengetahuan, Kualitas Layanan, dan Kepuasan terhadap
Loyalitas Nasabah (Studi Bank Muamalat Cabang Palopo)

Kepada Yth.

Saudara/i.....

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan Hormat,

Dengan ini saya Diah Islamiati selaku mahasiswa dari Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuesioner guna mengumpulkan data penelitian dalam rangka penyelesaian tugas akhir skripsi di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo, Jurusan Perbankan Syariah program S1.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui **Pengaruh Tingkat Pengetahuan, Kualitas Layanan, dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Bank Muamalat Palopo)**. Untuk itu saya sangat mengharapkan bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk memberikan masukan dan kesan anda dengan mengisi kuesioner ini. Bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i sangat berharga sekali di dalam penelitian ini.

Terima kasih atas kesediaan dan partisipasi Bapak/Ibu/Saudara/i yang telah memberikan waktu dan kesediaan dalam menanggapi hal ini.

Identitas Responden

1. Nama :
2. Tanggal :
3. Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan
4. Usia : < 21th 21-30th 31-40th 41-50th
 > 50th
5. Pekerjaan :

Petunjuk Pengisian Kuesioner

- a. Mohon dengan hormat, kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk menjawab seluruh pertanyaan yang telah disediakan.
- b. Isilah jawaban berikut sesuai pendapat dengan memberikan tanda check list (√) pada kolom yang tersedia.
- c. Terdapat lima keterangan untuk menjawab variabel Tingkat Pengetahuan, Kualitas Layanan, dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Muamalat Palopo:
 - 1 = Sangat tidak setuju (STS)
 - 2 = Tidak setuju (TS)
 - 3 = Netral (N)
 - 4 = Setuju (S)
 - 5 = Sangat setuju (SS)

TINGKAT PENGETAHUAN (X1)					
Pernyataan	Alternative Jawaban				
	SS	S	N	TS	STS
Pengetahuan Produk					
Saya memahami produk-produk yang ada di Bank Muamalat Palopo.					
Saya mengetahui manfaat dari penggunaan produk dan jasa Bank Muamalat Palopo.					
Pengetahuan Pembelian					
Saya memilih produk Bank Muamalat Palopo karena dapat dijangkau dengan menggunakan aplikasi.					
Saya mengetahui informasi mengenai Bank Muamalat Palopo melalui web dan sosialisasi langsung dari pihak bank.					
Pengetahuan Pemakaian					
Saya menggunakan produk Bank Muamalat Palopo karena sesuai dengan kebutuhan.					
Saya merasa puas menjadi nasabah Bank Muamalat Palopo karena sesuai dengan prinsip syariah.					

IAIN PALOPO

KUALITAS LAYANAN (X2)

Pernyataan	Alternative Jawaban				
	SS	S	N	TS	STS
Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)					
Menurut saya karyawan Bank Muamalat Palopo berpenampilan rapi dan profesional.					
Keandalan (<i>Reliability</i>)					
Menurut saya kinerja teller Bank Muamalat Palopo sangat baik dalam menyelesaikan tugasnya.					
Menurut saya karyawan Bank Muamalat Palopo memberikan layanan yang cepat dan tepat, sehingga nasabah tidak perlu menunggu lama ketika melakukan transaksi.					
Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)					
Karyawan Bank Muamalat Palopo memiliki kemampuan untuk cepat tanggap dalam mengatasi keluhan dari nasabah.					
Jaminan (<i>Assurance</i>)					
Bank Muamalat Palopo memberikan jaminan pelayanan yang dapat dipercaya.					
Karyawan memiliki ketelitian dalam mencatat setiap transaksi yang diinginkan nasabah.					
Empati (<i>Empathy</i>)					
Menurut saya karyawan Bank Muamalat Palopo selalu memperhatikan apa yang menjadi keinginan dan kebutuhan nasabah.					
Menurut saya sikap dan perilaku karyawan Bank Muamalat Palopo terhadap nasabahnya sangat baik.					

KEPUASAN (X3)					
Pernyataan	Alternative Jawaban				
	SS	S	N	TS	STS
Pilihan Tepat					
Bank Muamalat Palopo merupakan pilihan yang tepat karena sesuai dengan kebutuhan saya.					
Menurut saya Karyawan Bank Muamalat Palopo selalu dapat memberikan solusi.					
Kesesuaian Harapan					
Menurut saya karyawan Bank Muamalat Palopo selalu memenuhi harapan nasabah.					
Kepuasan Fasilitas					
Transaksi perbankan saya menjadi lebih cepat dan mudah karena berbagai fasilitas yang disediakan Bank Muamalat Palopo.					
LOYALITAS NASABAH (Y)					
Pernyataan	Alternative Jawaban				
	SS	S	N	TS	STS
Rekomendasi					
Saya akan sukarela merekomendasikan Bank Muamalat Palopo kepada teman, kerabat, maupun saudara.					
Pembelian yang Berlanjut					
Saya akan tetap menggunakan produk Bank Muamalat Palopo ketika saya ditawarkan produk baru dari Bank Syariah lainnya.					
Produk-produk yang terdapat di Bank Muamalat Palopo sesuai dengan kebutuhan saya.					
Berbagi Informasi					
Saya akan menginformasikan mengenai kebaikan-kebaikan Bank Muamalat Palopo kepada orang lain.					

HASIL UJI VALIDITAS DAN UJI RELIABILITAS
Pengaruh Tingkat Pengetahuan, Kualitas Layanan, dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah
(Studi Bank Muamalat Palopo)

1. Uji Validitas Variabel X (Tingkat Pengetahuan, Kualitas Layanan, dan Kepuasan)

		Correlations																		
		X1	X2	X3	X4	X5	X6	XX1	XX2	XX3	XX4	XX5	XX6	XX7	XX8	XXX1	XXX2	XXX3	XXX4	TotalX
X1	Pearson Correlation	1	,661*	,517**	,315	,342	,225	,086	,144	,092	,071	-,231	,319	,415*	,194	,322	,275	,082	,316	,504**
	Sig. (2-tailed)		,000	,003	,090	,065	,233	,652	,447	,629	,709	,219	,085	,022	,304	,082	,142	,668	,089	,005
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2	Pearson Correlation	,661**	1	,474**	,357	,251	,069	,079	,132	,214	,147	,123	,073	,215	,272	,437*	,451*	-,150	,120	,485**
	Sig. (2-tailed)	,000		,008	,053	,181	,718	,679	,485	,256	,439	,517	,700	,253	,146	,016	,012	,429	,529	,007
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3	Pearson Correlation	,517**	,474*	1	,512*	,467**	,426*	-,098	-,127	,043	-,057	,025	,073	,193	,165	,171	,151	-,167	-,051	,409*
	Sig. (2-tailed)	,003	,008		,004	,009	,019	,607	,505	,820	,767	,896	,703	,307	,384	,366	,425	,377	,790	,025
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X4	Pearson Correlation	,315	,357	,512**	1	,537**	,509**	,247	,129	-,017	,176	,182	,167	,076	,355	,369*	,314	,000	,117	,558**
	Sig. (2-tailed)	,090	,053	,004		,002	,004	,188	,495	,930	,351	,337	,377	,691	,054	,044	,091	1,000	,539	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X5	Pearson Correlation	,342	,251	,467**	,537*	1	,767**	,126	,075	-,103	,000	,178	,234	,198	,224	,505**	,159	-,060	-,204	,489**
	Sig. (2-tailed)	,065	,181	,009	,002		,000	,508	,692	,587	1,000	,346	,214	,294	,234	,004	,402	,754	,279	,006
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X6	Pearson Correlation	,225	,069	,426*	,509*	,767**	1	,115	-,083	-,227	-,119	,098	,235	,193	,273	,266	-,039	,000	-,149	,366*
	Sig. (2-tailed)	,233	,718	,019	,004	,000		,546	,664	,229	,533	,608	,212	,307	,145	,155	,839	1,000	,432	,047

	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
XX1	Pearson Correlation	,086	,079	-,098	,247	,126	,115	1	,379*	,390*	,435*	,448*	,196	,055	,500**	,376*	,155	,075	,256	,495**
	Sig. (2-tailed)	,652	,679	,607	,188	,508	,546		,039	,033	,016	,013	,300	,772	,005	,040	,413	,693	,171	,005
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
XX2	Pearson Correlation	,144	,132	-,127	,129	,075	-,083	,379*	1	,514**	,352	,430*	,528**	,418*	,428*	,457*	,447*	,360	,595**	,590**
	Sig. (2-tailed)	,447	,485	,505	,495	,692	,664	,039		,004	,056	,018	,003	,021	,018	,011	,013	,050	,001	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
XX3	Pearson Correlation	,092	,214	,043	-,017	-,103	-,227	,390*	,514**	1	,618**	,636**	,121	,300	,626**	,279	,667**	,494**	,535**	,612**
	Sig. (2-tailed)	,629	,256	,820	,930	,587	,229	,033	,004		,000	,000	,525	,107	,000	,136	,000	,005	,002	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
XX4	Pearson Correlation	,071	,147	-,057	,176	,000	-,119	,435*	,352	,618**	1	,509**	,328	,149	,414*	,471**	,678**	,466**	,406*	,621**
	Sig. (2-tailed)	,709	,439	,767	,351	1,000	,533	,016	,056	,000		,004	,076	,433	,023	,009	,000	,010	,026	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
XX5	Pearson Correlation	-,231	,123	,025	,182	,178	,098	,448*	,430*	,636**	,509**	1	,104	,212	,625**	,360	,509**	,319	,145	,568**
	Sig. (2-tailed)	,219	,517	,896	,337	,346	,608	,013	,018	,000	,004		,584	,261	,000	,051	,004	,085	,443	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
XX6	Pearson Correlation	,319	,073	,073	,167	,234	,235	,196	,528**	,121	,328	,104	1	,437*	,378*	,546**	,329	,279	,477**	,578**
	Sig. (2-tailed)	,085	,700	,703	,377	,214	,212	,300	,003	,525	,076	,584		,016	,040	,002	,075	,135	,008	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
XX7	Pearson Correlation	,415*	,215	,193	,076	,198	,193	,055	,418*	,300	,149	,212	,437*	1	,546**	,217	,331	,158	,377*	,507**
	Sig. (2-tailed)	,022	,253	,307	,691	,294	,307	,772	,021	,107	,433	,261	,016		,002	,248	,074	,405	,040	,004

	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
XX8	Pearson Correlation	,194	,272	,165	,355	,224	,273	,500**	,428*	,626**	,414*	,625**	,378*	,546**	1	,425*	,653**	,357	,488**	,771**
	Sig. (2-tailed)	,304	,146	,384	,054	,234	,145	,005	,018	,000	,023	,000	,040	,002	,019	,000	,053	,006	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
XXX1	Pearson Correlation	,322	,437*	,171	,369*	,505**	,266	,376*	,457*	,279	,471**	,360	,546**	,217	,425*	1	,562**	,067	,260	,709**
	Sig. (2-tailed)	,082	,016	,366	,044	,004	,155	,040	,011	,136	,009	,051	,002	,248	,019	,001	,725	,166	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
XXX2	Pearson Correlation	,275	,451*	,151	,314	,159	-,039	,155	,447*	,667**	,678**	,509**	,329	,331	,653**	,562**	1	,443*	,475**	,746**
	Sig. (2-tailed)	,142	,012	,425	,091	,402	,839	,413	,013	,000	,000	,004	,075	,074	,000	,001	,014	,008	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
XXX3	Pearson Correlation	,082	-,150	-,167	,000	-,060	,000	,075	,360	,494**	,466**	,319	,279	,158	,357	,067	,443*	1	,569**	,414*
	Sig. (2-tailed)	,668	,429	,377	1,000	,754	1,000	,693	,050	,005	,010	,085	,135	,405	,053	,725	,014	,001	,023	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
XXX4	Pearson Correlation	,316	,120	-,051	,117	-,204	-,149	,256	,595**	,535**	,406*	,145	,477**	,377*	,488**	,260	,475**	,569**	1	,549**
	Sig. (2-tailed)	,089	,529	,790	,539	,279	,432	,171	,001	,002	,026	,443	,008	,040	,006	,166	,008	,001	,002	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TotalX	Pearson Correlation	,504**	,485*	,409*	,558*	,489**	,366*	,495**	,590**	,612**	,621**	,568**	,578**	,507**	,771**	,709**	,746**	,414*	,549**	1
	Sig. (2-tailed)	,005	,007	,025	,001	,006	,047	,005	,001	,000	,000	,001	,001	,004	,000	,000	,000	,023	,002	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

2. Uji Validitas Variabel Y (Loyalitas Nasabah)

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	TotalY
Y1	Pearson Correlation	1	,704**	,319	,231	,718**
	Sig. (2-tailed)		,000	,086	,219	,000
	N	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	,704**	1	,451*	,429*	,849**
	Sig. (2-tailed)	,000		,012	,018	,000
	N	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	,319	,451*	1	,568**	,766**
	Sig. (2-tailed)	,086	,012		,001	,000
	N	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	,231	,429*	,568**	1	,731**
	Sig. (2-tailed)	,219	,018	,001		,000
	N	30	30	30	30	30
TotalY	Pearson Correlation	,718**	,849**	,766**	,731**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30

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

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

3. Hasil Uji Reliabilitas

a. Variabel Tingkat Pengetahuan (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,819	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item_1	20,63	8,585	,544	,800
Item_2	20,63	8,654	,462	,813
Item_3	20,77	7,013	,655	,774
Item_4	20,50	7,638	,621	,781
Item_5	20,73	7,237	,664	,771
Item_6	20,40	7,903	,566	,793

b. Variabel Kualitas Layanan (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,830	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item_1	29,30	9,390	,477	,821
Item_2	29,43	9,289	,645	,800
Item_3	29,73	8,133	,650	,797
Item_4	29,57	9,082	,588	,805
Item_5	29,33	9,747	,616	,807
Item_6	29,30	9,459	,410	,832
Item_7	29,50	9,707	,422	,827
Item_8	29,27	8,961	,747	,787

c. Variabel Kepuasan (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,721	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item_1	12,27	2,892	,380	,737
Item_2	12,47	2,189	,685	,539
Item_3	12,53	2,878	,439	,700
Item_4	12,33	2,851	,569	,634

d. Variabel Loyalitas Nasabah (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,800	4

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
17,21	4,172	2,043	4

Dokumentasi Penelitian







RIWAYAT HIDUP

Diah Islamiati, lahir di Desa Purwosari pada tanggal 08 Agustus 1997. Penulis merupakan anak pertama dari tiga bersaudara, dari pasangan seorang ayah Wasito dan ibu Mariyati. Saat ini penulis bertempat tinggal di Desa Purwosari, Kecamatan Tomoni Timur, Kabupaten Luwu Timur. Pendidikan Taman Kanak-kanak penulis diselesaikan pada tahun 2004 di TK AN-NUR'AIN Purwosari. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan dasar yang diselesaikan pada tahun 2010 di SDN 171 Purwosari. Ditahun yang sama pula penulis menempuh pendidikan di SMP Negeri 1 Tomoni Timur hingga tahun 2013. Pada tahun 2013 melanjutkan pendidikan di SMA Negeri 1 Tomoni Timur dan menyelesaikan pendidikan pada tahun 2016. Penulis melanjutkan pendidikannya di Perguruan Tinggi Negeri, tepatnya di Institut Agama Islam Negeri Palopo, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada Program Studi Perbankan Syariah S1. Berkat doa kedua orang tua, serta dengan ketekunan, motivasi yang tinggi untuk terus belajar dan berusaha. Alhamdulillah penulis dapat menyelesaikan pengerjaan tugas akhir skripsi ini. Semoga dengan penulisan tugas akhir skripsi ini nantinya mampu memberikan kontribusi positif bagi dunia pendidikan. Akhir kata penulis mengucapkan rasa Syukur yang sebesar-besarnya atas terselesaikannya skripsi yang berjudul **PENGARUH TINGKAT PENGETAHUAN, KUALITAS LAYANAN, DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH (STUDI BANK MUAMALAT PALOPO)**.

Contact Person Penulis: diah.islamiati.197@gmail.com