

**“PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH
PADA PT. BRI SYARIAH CABANG PEKANBARU.”**

RINI JUNIARTI

**Bank Rakyat Indonesia Pekanbaru
HP. 0853 7445 7289 e-mail: rjuniarti@gmail.com**

ABSTRACT

This study is descriptive research and quantitative. The population was clients of PT. BRI Syariah Branch pekanbaru with 100 respondents, the determination of respondents using sampling techniques. The data collection technique used was a questionnaire / koesioner. Before it is used to obtain the data, koesioner tested for validity. Data analysis techniques using simple regression analysis.

The results of this study, the simple linear regression equation, : $Y = 7.303 + 0,117X$, indicating that the effect of service quality on customer loyalty. That means that any increase in services performed for PT. BRI Syariah Branch Pekanbaru will increase customer loyalty.

Keywords: Quality of Service, Loyalty

ABSTRAK

Jenis penelitian ini termasuk jenis penelitian deskriptif dan kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah nasabah PT. BRI Syariah Cabang pekanbaru dengan 100 responden, penentuan responden dengan menggunakan teknik sampling. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah angket/koesioner. Sebelum digunakan untuk memperoleh data, koesioner diuji validitas. Teknik analisis data dengan menggunakan analisis regresi sederhana.

Hasil penelitian ini maka diperoleh persamaan regresi linier sederhana, yaitu: $Y = 7,303 + 0,117X$, menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Artinya Bahwa setiap adanya peningkatan layanan yang dilakukan karyawan PT. BRI Syariah Cabang Pekanbaru maka akan meningkatkan loyalitas nasabah.

Kata Kunci: *Kualitas Layanan, Loyalitas*

A. PENDAHULUAN

Setiap perusahaan didirikan dengan tujuan tertentu, misalnya meraih laba, mempertahankan eksistensi, mencapai pertumbuhan tertentu, memberi pelayanan sosial dan lain-lain. Untuk mencapai tujuan tersebut, perusahaan berusaha

menghasilkan suatu produk yang kemudian ditawarkan kepada pasar. Produk bisa berupa barang, jasa, organisasi, orang/pribadi, tempat maupun ide.¹

Pemasaran jasa telah meningkat dalam kepentingannya seiring dengan meningkatnya persaingan bisnis dibidang jasa. Namun, daya saing pada hampir semua sektor jasa telah sampai pada tingkat perkembangan yang mengkhawatirkan. Salah satu faktor yang paling berpengaruh adalah perubahan gaya hidup masyarakat yang menjadi lebih dinamis dan bergerak serba cepat serta lebih menghargai waktu. Produk perbankan memiliki ciri-ciri jasa pada umumnya, yang tidak berwujud.²

Bank sebagai lembaga keuangan yang menghasilkan dan memberikan jasa keuangan juga membutuhkan strategi pemasaran untuk memasarkan produknya. Dampak dari perubahan teknologi juga berdampak positif terhadap perkembangan dunia perbankan. Produk yang ditawarkan kepada nasabahnya menjadi lebih cepat dan efisien.³

Kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah berkaitan erat. Kualitas yang memberikan suatu dorongan kepada nasabah untuk menjalin ikatan yang kuat dengan bank. Ikatan seperti ini dalam jangka panjang memungkinkan bank untuk memahami dengan seksama harapan nasabah serta kebutuhan mereka, dengan demikian bank tersebut dapat meningkatkan kepuasan nasabah dimana bank memaksimalkan pengalaman nasabah yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman nasabah yang kurang menyenangkan.⁴

Masalah pelayanan tidak lepas dari sopan santun (etika) dan etika perbankan. Cara penerimaan setiap nasabah atau tamu menentukan hubungan

¹Fandi Tjiptono, *Strategi Bisnis dan Manajemen*, (Yogyakarta: Andi, 1996), hlm.1.

²Sentot Imam Wahjono, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Surabaya: Graha Ilmu, 2009), hlm.178.

³Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana, 2008), hlm.2.

⁴Fandi Tjiptono, *Strategi Bisnis dan Manajemen...* hlm 51.

baik antara nasabah dan bank. Karyawan bank yang kasar atau sombong akan membahayakan nama baik bank⁵.

Mengingat yang diperoleh bank adalah dana, baik dana pemilik maupun dana masyarakat, maka sektor perbankan mengandalkan kepercayaan. Oleh karena itu, selain membutuhkan tenaga-tenaga terampil dan profesional bank harus dikelola oleh sumber daya manusia yang memiliki integritas moral yang baik dan terpercaya.⁶

B. KONSEP TEORITIS

1. Bank Syariah

a. Defenisi Bank Syariah

Bank adalah lembaga keuangan yang memiliki fungsi menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali kepada masyarakat serta memberikan jasa layanan lalu lintas pembayaran. Dalam menjalankan aktivitas besar tersebut bank syariah harus sesuai dengan kaidah perbankan yang berlaku. Utamanya adalah kaidah dalam pengumpulan dan penyaluran dana menurut Islam, dan juga menuruti kaidah yang berlaku yang telah diatur oleh bank sentral. Prinsip syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum Islam antara bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana atau pembiayaan usaha, atau kegiatan lainnya yang dinyatakan sesuai dengan syariah⁷.

Berdasarkan Undang-undang No 21/2008 tentang perbankan syariah, bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas bank umum syariah dan bank pembiayaan rakyat syariah. Adapun prinsip syariah yang

⁵O. P. Simorangkir, *Pengantar Lembaga Keuangan Bank Dan Non Bank* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2004), hlm.91.

⁶Lukman Dendawijaya, *Manajemen Perbankan* (Bogor, Ghalia Indonesia: 2005), hlm.125.

⁷Amir Mahmud Dkk, *Bank Syariah Teori, Kebijakan, Dan Studi Empiris Di Indonesia*, (Jakarta: Erlangga, 2010), hlm.133.

dimaksud oleh Undang-undang tersebut adalah prinsip hukum Islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang memiliki kewenangan dalam penetapan fatwa di bidang syariah.⁸

b. Tujuan Bank Islam

Tujuan utama dari bank Islam adalah untuk menyebarkan kesejahteraan ekonomi dengan menerapkan kerangka Islam dalam sektor bisnis. Tujuan utamanya adalah⁹:

1. Menunjang pelaksanaan pembangunan nasional dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan dan pemerataan kesejahteraan rakyat.
2. Menawarkan jasa keuangan, Islam mengatur teguh aturan bank Islam untuk transaksi keuangan, dimana riba dan gharar semuanya merupakan hal yang dilarang dalam Islam.
3. Menstabilkan nilai uang, dalam Islam uang dianggap sebagai alat tukar dan bukan sebagai komoditi/barang bisa jual, dimana barang terdapat harga untuk setiap kegunaannya.
4. Pengembangan ekonomi, bank Islam turut serta memacu pertumbuhan ekonomi melalui produk-produknya.

2. Kualitas Layanan Nasabah

⁸Hafiz Abdurrahman, *Menggugat Bank Syariah Kritik Atas Fatwa Produk Perbankan Syariah*, (Bogor: Al Azhar Press, 2012), hlm.18.

⁹Vithzal Rivai Dan Rifki Ismail, *Islamic Risk Management For Islamic Bank*, (Jakarta: Kompas Gramedia, 2013), hlm. 25.

Pelayanan yang baik adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada nasabah dengan standar yang telah ditetapkan. Kemampuan tersebut ditunjukkan oleh sumber daya manusia dan sarana serta prasarana yang dimiliki, banyak perusahaan selalu ingin dianggap terbaik di mata pelanggan/nasabahnya karena nasabah akan menjadi pelanggan setia terhadap produk yang ditawarkan. Pelayanan yang baik harus didukung oleh sarana dan prasarana yang dimiliki oleh perusahaan, ketersediaan dan kelengkapan semata-mata untuk mempercepat pelayanan serta meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan¹⁰.

Kualitas adalah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.¹¹

Pelayanan adalah paradigma perusahaan untuk menciptakan sebuah *value* abadi bagi pelanggan melalui produk.¹² Definisi strategik dari kualitas adalah segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan pelanggan (*meeting the needs of customers*).¹³

Tingkat kualitas pelayanan di suatu perusahaan akan sangat berbeda satu sama lain karena dipengaruhi oleh variabel tingkat persaingan, struktur pasar, dan orientasi perusahaan. Semakin tinggi tingkat persaingan di industri maka pelayanan menjadi faktor penting yang dapat mempengaruhi kemenangan¹⁴. Perusahaan harus menciptakan pelayanan yang berbeda dengan pesaing.

¹⁰ Kasmir, *Etika Customer Service*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), hlm. 31.

¹¹ Fandy Tjiptono & Gregorius Chandra, *Service, Quality & Satisfaction*, Ed. I. (Yogyakarta: Andi, 2005), hlm. 110.

¹² Tim MarkPlus, *The Official MIM Academy Coursebook MarkPlus Basics* (Jakarta: ESENSI, Penerbit Erlangga, 2009), hlm. 136.

¹³ Vincent Gaspersz, *Total Quality Management* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001), hlm. 4.

¹⁴ Tim MarkPlus, *The Official MIM Academy Coursebook MarkPlus Basics...* hlm. 140.

Sikap melayani merupakan sikap utama dari seorang pemasar. Tanpa sikap melayani, yang melekat dalam kepribadiannya, dia bukanlah seorang yang berjiwa pemasar. Melekat dalam sikap melayani ini adalah sikap sopan, santun, dan rendah hati. Orang yang beriman diperintahkan untuk bermurah hati, sopan, dan bersahabat saat berelasi dengan mitra bisnisnya.¹⁵

3. Pelayanan Prima

a. Pengertian Pelayanan Prima

Berkaitan dengan pelayanan, ada dua istilah yang perlu diketahui yaitu melayani dan pelayanan. Menurut kamus besar bahasa Indonesia pengertian melayani adalah membantu menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan seseorang. Sedangkan pengertian pelayanan adalah usaha melayani kebutuhan orang lain.¹⁶

Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada nasabah, yang bersifat berwujud dan tidak dapat dimiliki. Adapun karakteristik tentang pelayanan agar menjadi dasar bagaimana memberikan pelayanan yang terbaik, yaitu:¹⁷

1. Pelayanan bersifat tidak dapat diraba, pelayanan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi.
2. Pelayanan itu kenyataannya terdiri dari tindakan nyata dan merupakan pengaruh yang sifatnya adalah tindakan sosial.
3. Produksi dan konsumsi dari pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata, karena pada umumnya kejadiannya bersamaan dan terjadi di tempat yang sama.

¹⁵Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing* (Bandung: PT Mizan Pustaka, 2006), hlm. 75.

¹⁶Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi III*, (Jakarta: Pusat Bahasa, 2008), hlm. 206.

¹⁷Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah ...* hlm. 211.

Secara sederhana, pelayanan prima (*service excellence*) adalah suatu pelayanan yang terbaik dalam memenuhi harapan dan kebutuhan nasabah. Dengan kata lain, pelayanan prima merupakan suatu pelayanan yang memenuhi standar kualitas. Pelayanan yang memenuhi standar kualitas adalah suatu pelayanan yang sesuai dengan harapan dan kepuasan pelanggan.¹⁸

4. Kualitas Pelayanan Dalam Islam

Konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain.¹⁹

Dimensi *reliable* (kehandalan) yang berkenaan dengan kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan secara terpercaya dan akurat. Pelayanan akan dapat dikatakan reliabel apabila dalam perjanjian yang telah diungkapkan dicapai secara akurat. Ketepatan dan keakuratan inilah yang akan menumbuhkan kepercayaan nasabah terhadap lembaga penyedia layanan jasa.²⁰

Dalam konteks ini, Allah juga menghendaki setiap umat-Nya untuk menepati janji yang telah dibuat dan dinyatakan sebagaimana yang dinyatakan dalam Al-Qur'an surat An-Nahl ayat 91:

¹⁸ Nina Rahmayanti, *Manajemen Pelayanan Prima*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010) , hlm. 17.

¹⁹ <http://ridwan202.wordpress.com/2013/02/11/kualitas-pelayanan-dalam-islam>.

²⁰ Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: ASIfabeta, 2012). hlm. 198.

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْقُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا وَقَدْ
 جَعَلْتُمُ اللَّهَ عَلَيْكُمْ كَفِيلًا إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا تَفْعَلُونَ ﴿٦﴾

“Dan tepatilah perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah (mu) itu sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah sumpah itu), sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat”.

Dimensi *responsiveness* (daya tanggap) berkenaan dengan kesediaan atau kemauan pegawai dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada konsumen. Kecepatan dan ketepatan pelayanan berkenaan dengan profesionalitas. Dalam arti seorang pegawai yang profesional dirinya akan dapat memberikan pelayanan secara tepat dan cepat. Profesionalitas ini yang ditunjukkan melalui kemampuannya dalam memberikan pelayanan kepada konsumen.²¹

5. Pelayanan Prima Dalam Perspektif Islam

Akhir-akhir ini konsep pelayanan prima yang diterapkan diberbagai sektor dan bidang kehidupan, tujuannya tidak lain adalah untuk menggapai target “Pelayanan Terbaik” (Service Excellent). Hal ini dikarenakan “Pelayanan Terbaik” menjadi kunci eksistensi sebuah instansi.

Prinsip pelayanan prima adalah A:

1. Attitude (sikap) yang benar,
2. Attention (perhatian) yang tidak terbagi dan
3. Action (tindakan),

jika ketiganya dijalankan dengan baik maka pelayanan terbaik akan diraih.

²¹ *Ibid*, hlm. 197.

Memberikan pelayanan terbaik kepada umat manusia adalah pekerjaan yang sangat mulia dan merupakan pintu kebaikan bagi siapa saja yang mau melakukannya. Dalam al-Qur'an dan hadits-hadits yang mendorong umat manusia untuk memberikan pelayanan terbaik kepada sesama. Firman Allah dalam salah satu ayat QS. al-Maidah : 2 yang berbunyi :

.... وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ
وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٢﴾

“...dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.”

Melalui ayat di atas Allah SWT memerintahkan kepada kita untuk saling menolong di dalam koridor “mengerjakan kebajikan dan takwa” dan Allah melarang sebaliknya. Jika kita melanggar ketentuan Allah SWT maka hukuman akan diberikan dan “Sesungguhnya Allah SWT amat berat siksa-Nya”. Jadi interaksi itu boleh dilakukan kapanpun dan dengan siapapun selama tidak melanggar batasan di atas.²²

Dalam salah satu haditsnya rasulullah SAW memerintahkan kepada kita adalah tentang standar layanan yang “harus” diberikan kepada sesama. Beliau Rasulullah SAW bersabda dalam hadits yang diriwayatkan oleh sahabat Anas bin Malik ra :

لَا يُؤْمِنُ أَحَدُكُمْ حَتَّىٰ يُحِبَّ لِأَخِيهِ مَا يُحِبُّ لِنَفْسِهِ

“Tidak sempurna iman seseorang sampai dia mencintai saudaranya seperti dia mencintai dirinya sendiri”. (HR. Bukhori).

²² <http://binrohrsij.wordpress.com/2014/01/11/196>.

Inti hadits ini adalah “Perlakukan saudara kamu seperti kamu memperlakukan dirimu sendiri”. Setiap orang ingin diperlakukan dengan baik, kita pasti ingin dilayani dengan baik, kita pasti ingin dilayani dengan cepat, maka aplikasikan keinginan tersebut ketika melayani orang lain.

6. Loyalitas Nasabah

Loyalitas ialah kemauan dan kesediaan nasabah untuk menggunakan suatu produk/jasa yang sama secara berulang dalam waktu panjang. Loyalitas demikian terbentuk bila nasabah sangat puas terhadap pelayanan tersebut²³.

Loyalitas adalah tentang persentase dari nasabah yang pernah membeli dalam jangka waktu tertentu dan melakukan pembelian ulang sejak pembelian yang pertama. Terdapat konsep loyalitas yang ditawarkan mengenai tingkat loyalitas nasabah terdiri dari 3 tahapan:²⁴

a. Loyalitas kognitif

Tahap dimana pengetahuan langsung maupun tidak langsung nasabah akan merek, dan manfaatnya dan dilanjutkan pembelian berdasarkan pada keyakinan akan superioritas yang ditawarkan.

b. Loyalitas efektif

Sikap *favourable* nasabah terhadap merek yang merupakan hasil dari konfirmasi yang berulang dari harapannya selama tahap *cognitively loyalty* berlangsung.

c. Loyalitas tindakan

Menghubungkan penambahan yang baik untuk tindakan serta keinginan untuk mengatasi kesulitan seperti pada tingkatan kesetiaan.

²³ Suprianto Dkk, *Pemasaran Industry Jasa Kesehatan*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2010), hlm. 286.

²⁴ Nina Rahmayanti, *Managemen Pelayanan Prima*...hlm. 13.

7. Landasan Teori Islam Terhadap Loyalitas

Loyalitas merupakan dampak yang baik dari sebuah pelayanan, loyalitas merupakan kepuasan yang dirasakan oleh nasabah, baik itu dari bentuk pelayanan maupun kepuasan yang diberikan suatu produk kepada nasabah dalam hal memenuhi kebutuhan nasabah. Pada dasarnya hukum Islam sangat mengutamakan perilaku hemat baik dalam konsumsi maupun dalam proses produksi. Berlaku hemat dalam bidang konsumsi maka tercapailah kepuasan yang optimal artinya seorang nasabah akan mencapai kepuasan yang seimbang (optimal) jika tidak berlaku boros (mubazir). Secara teoritis konsumen tersebut berada pada jalur yang sesuai pada tuntunan syari'ah²⁵.

Allah membenci orang yang mubazir yang telah ditetapkan dalam surah al-isra' ayat 27 yaitu:

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ط وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Artinya : Sesungguhnya Pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya.

C. METODE

Penelitian ini dilakukan di PT. BRI Syariah cabang Pekanbaru dan dilaksanakan mulai tanggal 20 Maret 2014 sampai dengan 20 Agustus 2014. Populasi dalam penelitian ini adalah Nasabah PT. BRI Syariah cabang Pekanbaru dimana berdasarkan data PT. BRI Syariah Cabang Pekanbaru terdapat 21.191 terhitung sampai akhir tahun 2013.

Dalam pengumpulan data yang diperlukan untuk penelitian ini, penulis melakukan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

²⁵ Hasan Aedy, *Indahnya Ekonomi Islam* (Bandung : Alfabeta, 2007), hlm. 12.

- 1) Kuisioner/Angket, yaitu dengan mengajukan daftar pernyataan yang diajukan kepada Nasabah PT. BRI Syariah cabang Pekanbaru
- 2) Observasi, yaitu dengan melakukan pengamatan langsung ditempat diadakan penelitian.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian diskriptif kuantitatif yaitu penelitian tentang data yang dikumpulkan dan dinyatakan dalam bentuk angka-angka, meskipun juga berupa data kualitatif sebagai pendukungnya, seperti kata kata atau kalimat yang tersusun dalam angket, akan tetapi kuisioner penelitian ini akan di uji validitas terlebih dahulu untuk mengetahui apakah kuisioner penelitian ini dapat dinyatakan valid.

Pada penelitian ini akan digunakan ketentuan Slovin dalam menentukan ukuran sampel. Alasan pengambilan sampel dikarenakan banyaknya populasi, keterbatasannya waktu dan biaya penelitian. Dalam menentukan sampel penelitian, Slovin memasukkan ukuran kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi. Nilai toleransi ini dinyatakan dalam bentuk persentase, misalnya 10%. Dalam penelitian ini besarnya sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin dengan rumus:²⁶

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

Keterangan:

- n = ukuran sampel
- N = ukuran populasi
- e = nilai kritis atau batas ketelitian yang diinginkan (prosentase kelonggaran ketelitian karena pengambilan sampel populasi). Besar e dalam pengambilan sampel penelitian ini adalah 10%.

Berdasarkan rumus tersebut, maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah:

²⁶ Husein Umar, *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 112.

$$\begin{aligned}
 n &= N / (1 + Ne^2) \\
 n &= 21.191 (1 + 21.191 \times 10\% ^2) \\
 n &= 21.191 / (1 + 211,91) \\
 n &= 21.191 / 212,91 \\
 n &= 99,53 \text{ (digenapkan menjadi 100 nasabah/responden)}
 \end{aligned}$$

Untuk mengetahui besarnya pengaruh dari variabel penyebab terhadap variabel akibat. Teknik yang digunakan adalah Analisis regresi sederhana.

Penggunaan analisis regresi sederhana ini dimaksudkan untuk melihat bagaimana pengaruh antara variabel kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah PT. BRI Syariah Cabang Pekanbaru.

Dengan rumus²⁷ :

$$b = \frac{n \Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2}$$

$$a = \frac{\Sigma Y - b \Sigma X}{n}$$

$$Y = a + bX \dots\dots\dots \text{ (Persamaan)}$$

Keterangan :

- Y = Variabel terikat
- X = Variabel bebas
- a = Konstanta
- b = Koefisien regresi
- n = Banyaknya subjek yang diteliti

Data mengenai kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah PT. BRI Syariah Cabang Pekanbaru diperoleh melalui penyebaran angket/kuesioner penelitian kepada nasabah dan hasilnya dijadikan data kuantitatif. Variabel kualitas layanan yang diteliti memiliki 24 item pernyataan, yang terbagi dari 4

²⁷ Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik* (Jakarta:PT Bumi Aksara, 2004),hlm. 64.

pernyataan pada bagian satpam, 4 pernyataan pada bagian teller, 4 pernyataan pada bagian customer service, 4 pernyataan pada peralatan banking hall, 4 pernyataan pada kenyamanan ruangan, dan 4 pernyataan pada ATM. Pada variable loyalitas terdapat 6 item pernyataan.

Untuk mengetahui tingkat pencapaian responden terdapat penilaian berikut ini:

81%-100%	: sangat puas
61%-80%	: puas
41%-60%	: cukup puas
21%-40%	: kurang puas
0%-20%	: sangat kurang puas

Berdasarkan hasil dari penyebaran angket kepada 100 orang nasabah tentang kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah PT. BRI Syariah Cabang Pekanbaru.

D. PEMBAHASAN

1. Analisis data dan pembahasan

a. Identitas Responden

Untuk melihat kualitas layanan pada PT. BRI Syariah Cabang Pekanbaru terlebih dahulu penulis melakukan analisis tentang responden. Peneliti menganalisis berbagai aspek, yaitu: umur, pekerjaan, jenis kelamin dan berapa lama berhubungan dengan bank. Responden adalah sumber informasi untuk data primer. Dalam penelitian ini yang menjadi responden adalah nasabah PT. BRI Syariah Cabang Pekanbaru. Pada penelitian ini mengambil 100 responden yang mewakili seluruh nasabah PT. BRI Syariah Cabang Pekanbaru yang terhitung hingga tahun 2013 berjumlah 21.191. Pertama peneliti menganalisis dari aspek jenis kelamin.

Tabel 4: Jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Pria	50	50%
Wanita	50	50%
Total	100	100

Dari tabel 4 di atas dapat diketahui bahwa dari jumlah 100 responden sebagian responden berjenis kelamin pria sebanyak 50% dan responden berjenis kelamin wanita sebanyak 50%.

Selain dari segi jenis kelamin peneliti juga menganalisis responden dari segi usia responden.

Tabel 5: Usia responden

Usia Responden	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
17 - 30 Tahun	80	80%
30 – 60 Tahun	20	20%
Total	100	100

Dari tabel 5 dapat diketahui bahwa jumlah responden 100 dan rata-rata responden yang terbanyak berusia 17 – 30 tahun yaitu sebanyak 80% dan 20% responden berusia 30 – 60 tahun.

Nasabah yang datang ke PT. BRI Syariah Cabang Pekanbaru berasal dari berbagai kalangan yang memiliki pekerjaan yang berbeda-beda. Oleh karena itu, peneliti juga menganalisis responden dari aspek pekerjaan.

Tabel 6: Pekerjaan responden

Pekerjaan responden	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Pegawai Negeri/Swasta	24	24%
Pengusaha	20	20%
Mahasiswa/Pelajar	56	56%
Total	100	100

Dari tabel 6 dapat diketahui 24% nasabah PT. BRI Syariah Cabang Pekanbaru bekerja sebagai pegawai negeri/swasta, 20% sebagai pengusaha, dan 56% responden masih mahasiswa/pelajar.

Dari identitas responden di atas peneliti juga memberikan pertanyaan mengenai berapa lama responden telah berhubungan pada PT. BRI Syariah Cabang Pekanbaru.

Tabel 7: Sudah berapa lama berhubungan dengan PT. BRI Syariah Cabang Pekanbaru?

Lama berhubungan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
< 1 tahun	42	42%
1 – 3 tahun	37	37%
> 3 tahun	21	21%
Total	100	100

Dari pertanyaan di atas dapat dilihat bahwa 42% responden berhubungan dengan bank < 1 tahun, 37 % responden 1 – 3 tahun, dan 21% responden > 3tahun.

b. Rekapitulasi Tanggapan Responden

Berdasarkan hasil dari penyebaran angket kepada 100 orang nasabah tentang kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah PT. BRI Syariah Cabang Pekanbaru.

Dapat ditemukan hasil kualitas layanan sebagai berikut:

Tabel 8: Rekapitulasi tanggapan responden pada pernyataan 1

Satpam				
Pernyataan	Jawaban	Nilai	F	Skor
Satpam membukakan pintu pada saat nasabah masuk dan keluar	SS	5	59	295
	S	4	33	132
	N	3	5	15
	TS	2	3	6
	STS	1	–	–
Jumlah			100	448
Rata-rata (%)			89.6	

Sumber: data olahan 2013

Berdasarkan tabel 8 dapat diketahui bahwa pada bagian satpam dengan pernyataan “satpam membukakan pintu pada saat nasabah masuk dan keluar di atas memberikan kualitas layanan kepada nasabah sebesar 89.6% sehingga dapat disimpulkan nasabah sangat puas dengan kinerja pelayanan tersebut.

Tabel 9: Rekapitulasi tanggapan responden pada pernyataan 2

Satpam				
Pernyataan	Jawaban	Nilai	F	Skor
Satpam selalu ramah dan mengucapkan salam pada saat nasabah masuk dan terima kasih saat nasabah keluar	SS	5	65	325
	S	4	31	124
	N	3	4	12
	TS	2	–	–
	STS	1	–	–
Jumlah			100	461
Rata-rata (%)			92.2	

Berdasarkan tabel 9 dapat diketahui bahwa pada bagian satpam dengan pernyataan “satpam selalu ramah dan mengucapkan salam pada saat nasabah masuk dan terima kasih saat nasabah keluar” di atas

memberikan kualitas layanan kepada nasabah 92,2% sehingga nasabah sangat puas dengan kinerja pelayanan tersebut.

Tabel 10: Rekapitulasi tanggapan responden pada pernyataan 3

Satpam				
Pernyataan	Jawaban	Nilai	F	Skor
Satpam selalu bersedia membantu dan memberi informasi kepada nasabah	SS	5	70	350
	S	4	28	112
	N	3	2	6
	TS	2	–	–
	STS	1	–	–
Jumlah			100	468
Rata-rata (%)			93.6	

Berdasarkan tabel 10 dapat diketahui bahwa pada bagian satpam dengan pernyataan “satpam selalu bersedia membantu dan memberi informasi kepada nasabah” di atas memberikan kualitas layanan kepada nasabah dengan tingkat kepuasan sebesar 93,6% sehingga nasabah sangat puas dengan kinerja pelayanan tersebut.

Tabel 11: Rekapitulasi tanggapan responden pada pernyataan 4

Satpam				
Pernyataan	Jawaban	Nilai	F	Skor
Kebersihan dan kerapihan petugas satpam	SS	5	59	295
	S	4	34	136
	N	3	7	21
	TS	2	–	–
	STS	1	–	–
Jumlah			100	452
Rata-rata (%)			90.4	

Berdasarkan tabel 11 dapat diketahui bahwa pada bagian satpam dengan pernyataan “kebersihan dan kerapihan petugas satpam” di atas memberikan penilaian kualitas layanan kepada nasabah dengan tingkat kepuasan sebesar 90,4% , sehingga nasabah sangat puas dengan kinerja pelayanan tersebut.

Tabel 12: Rekapitulasi tanggapan responden pada pernyataan 5

Teller				
Pernyataan	Jawaban	Nilai	F	Skor
Pengetahuan dan keramahan Teller dalam memproses transaksi keuangan nasabah	SS	5	42	210
	S	4	51	204
	N	3	6	18
	TS	2	1	2
	STS	1	–	–
Jumlah			100	434
Rata-rata (%)			86.8	

Berdasarkan tabel 12 dapat diketahui bahwa pada bagian teller dengan pernyataan “pengetahuan dan keramahan Teller dalam memproses transaksi keuangan nasabah” di atas memberikan penilaian kualitas layanan kepada nasabah dengan tingkat kepuasan sebesar 86,8%, sehingga nasabah sangat puas dengan kinerja pelayanan tersebut.

Tabel 13: Rekapitulasi tanggapan responden pada pernyataan 6

Teller				
Pernyataan	Jawaban	Nilai	F	Skor
Kecepatan teller dalam menyelesaikan transaksi nasabah	SS	5	41	205
	S	4	50	200
	N	3	8	24
	TS	2	1	2
	STS	1	–	–
Jumlah			100	431

Rata-rata (%)	86,2
---------------	------

Berdasarkan tabel 13 dapat diketahui bahwa pada bagian teller dengan pernyataan “kecepatan teller dalam menyelesaikan transaksi nasabah” di atas memberikan kualitas layanan nasabah dengan tingkat kepuasan sebesar 86,2% sehingga nasabah sangat puas dengan kinerja pelayanan tersebut.

Tabel 14: Rekapitulasi tanggapan responden pada pernyataan 7

Teller				
Pernyataan	Jawaban	Nilai	F	Skor
Teller mampu memberikan rasa aman dan nyaman kepada nasabah	SS	5	35	175
	S	4	55	220
	N	3	9	27
	TS	2	1	2
	STS	1	–	–
Jumlah			100	424
Rata-rata (%)			84.8	

Berdasarkan tabel 14 dapat diketahui bahwa pada bagian teller dengan pernyataan “Teller mampu memberikan rasa aman dan nyaman kepada nasabah” di atas memberikan kualitas layanan nasabah dengan tingkat kepuasan sebesar 84,8% sehingga nasabah sangat puas dengan kinerja pelayanan tersebut.

Tabel 15: Rekapitulasi tanggapan responden pada pernyataan 8

Teller				
Pernyataan	Jawaban	Nilai	F	Skor
Kebersihan, kerapihan dan kenyamanan counter teller	SS	5	45	225
	S	4	49	196
	N	3	6	18
	TS	2	–	–
	STS	1	–	–
Jumlah			100	439
Rata-rata (%)			87.8	

Berdasarkan tabel 15 dapat diketahui bahwa pada bagian teller dengan pernyataan “kebersihan, kerapihan dan kenyamanan counter teller” di atas memberikan kualitas layanan nasabah dengan tingkat kepuasan sebesar 87,8% sehingga nasabah sangat puas dengan kinerja pelayanan tersebut.

Tabel 16: Rekapitulasi tanggapan responden pada pernyataan 9

Customer Service				
Pernyataan	Jawaban	Nilai	F	Skor
Customer service memberikan informasi yang jelas, dan mudah dimengerti kepada nasabah	SS	5	54	270
	S	4	42	168
	N	3	3	9
	TS	2	1	2
	STS	1	–	–
Jumlah			100	449
Rata-rata (%)			89.8	

Berdasarkan tabel 16 dapat diketahui bahwa pada bagian customer service dengan pernyataan “Customer service memberikan informasi yang jelas, dan mudah dimengerti kepada nasabah” di atas memberikan kualitas

layanan nasabah dengan tingkat kepuasan sebesar 89,8% sehingga nasabah sangat puas dengan kinerja pelayanan tersebut.

Tabel 17: Rekapitulasi tanggapan responden pada pernyataan 10

Customer Service				
Pernyataan	Jawaban	Nilai	F	Skor
Customer service cepat tanggap dalam menyelesaikan masalah yang timbul pada transaksi nasabah	SS	5	44	220
	S	4	49	196
	N	3	4	12
	TS	2	3	6
	STS	1	–	–
Jumlah			100	434
Rata-rata (%)			86.8	

Berdasarkan tabel 17 dapat diketahui bahwa pada bagian customer service dengan pernyataan “customer service cepat tanggap dalam menyelesaikan masalah yang timbul pada transaksi nasabah” di atas memberikan kualitas layanan nasabah dengan tingkat kepuasan sebesar 86,8% sehingga nasabah sangat puas dengan kinerja pelayanan tersebut.

Tabel 18: Rekapitulasi tanggapan responden pada pernyataan 11

Customer Service				
Pernyataan	Jawaban	Nilai	F	Skor
Customer service memberikan pelayanan yang sama kepada semua nasabah tanpa memandang status nasabah	SS	5	54	270
	S	4	40	160
	N	3	3	9
	TS	2	3	6
	STS	1	–	–
Jumlah			100	445
Rata-rata (%)			89	

Berdasarkan tabel 18 dapat diketahui bahwa pada bagian customer service dengan pernyataan “customer service memberikan pelayanan yang sama kepada semua nasabah tanpa memandang status nasabah” di atas memberikan kualitas layanan nasabah dengan tingkat kepuasan sebesar 89% sehingga nasabah sangat puas dengan kinerja pelayanan tersebut.

Tabel 19: Rekapitulasi tanggapan responden pada pernyataan 12

Customer Service				
Pernyataan	Jawaban	Nilai	F	Skor
Kebersihan, kerapian dan kenyamanan counter customer service	SS	5	47	235
	S	4	40	160
	N	3	10	30
	TS	2	3	6
	STS	1	–	–
Jumlah			100	431
Rata-rata (%)			86.2	

Berdasarkan tabel 19 dapat diketahui bahwa pada bagian customer service dengan pernyataan “Kebersihan, kerapian dan kenyamanan counter customer service” di atas memberikan kualitas layanan nasabah dengan tingkat kepuasan sebesar 86,2% sehingga nasabah sangat puas dengan kinerja pelayanan tersebut.

Tabel 20: Rekapitulasi tanggapan responden pada pernyataan 13

Peralatan Banking Hall				
Pernyataan	Jawaban	Nilai	F	Skor
Perlengkapan brosur, slip transaksi dan bulpen dapat menunjang kelancaran kegiatan transaksi	SS	5	51	255
	S	4	42	168
	N	3	3	9
	TS	2	4	8
	STS	1	–	–
Jumlah			100	440

Rata-rata (%)	88
---------------	----

Berdasarkan tabel 20 dapat diketahui bahwa pada Peralatan Banking Hall dengan pernyataan “perlengkapan brosur, slip transaksi dan bulpen dapat menunjang kelancaran kegiatan transaksi” di atas memberikan kualitas layanan nasabah dengan tingkat kepuasan sebesar 88% sehingga nasabah sangat puas dengan kinerja pelayanan tersebut.

Tabel 21: Rekapitulasi tanggapan responden pada pernyataan 14

Peralatan Banking Hall				
Pernyataan	Jawaban	Nilai	F	Skor
Keberadaan kursi tunggu tamu yang memadai.	SS	5	47	235
	S	4	45	180
	N	3	6	18
	TS	2	1	2
	STS	1	1	1
Jumlah			100	436
Rata-rata (%)			87.2	

Berdasarkan tabel 21 dapat diketahui bahwa pada bagian peralatan banking hall dengan pernyataan “keberadaan kursi tunggu tamu yang memadai” di atas memberikan kualitas layanan nasabah dengan tingkat kepuasan sebesar 87,2% sehingga nasabah sangat puas dengan kinerja pelayanan tersebut.

Tabel 22: Rekapitulasi tanggapan responden pada pernyataan 15

Peralatan Banking Hall				
Pernyataan	Jawaban	Nilai	F	Skor
Papan nisbah dan meja untuk menulis dalam keadaan baik dan nyaman	SS	5	48	240
	S	4	47	188
	N	3	3	9
	TS	2	2	4

	STS	1	-	-
Jumlah			100	441
Rata-rata (%)			88.2	

Berdasarkan tabel 22 dapat diketahui bahwa pada bagian peralatan banking hall dengan pernyataan “Papan nisbah dan meja untuk menulis dalam keadaan baik dan nyaman” di atas memberikan kualitas layanan nasabah dengan tingkat kepuasan sebesar 88,2% sehingga nasabah sangat puas dengan kinerja pelayanan tersebut.

Tabel 23: Rekapitulasi tanggapan responden pada pernyataan 16

Peralatan Banking Hall				
Pernyataan	Jawaban	Nilai	F	Skor
Kondisi keberadaan tempat sampah yang bersih	SS	5	43	215
	S	4	47	188
	N	3	9	27
	TS	2	1	2
	STS	1	-	-
Jumlah			100	432
Rata-rata (%)			86.4	

Berdasarkan tabel 23 dapat diketahui bahwa pada bagian peralatan banking hall dengan pernyataan “Kondisi keberadaan tempat sampah yang bersih” di atas memberikan kualitas layanan nasabah dengan tingkat kepuasan sebesar 86,4% sehingga nasabah sangat puas dengan kinerja pelayanan tersebut.

Tabel 24: Rekapitulasi tanggapan responden pada pernyataan 17

Kenyamanan Ruangan				
Pernyataan	Jawaban	Nilai	F	Skor
Kondisi toilet yang nyaman dan bersih	SS	5	46	230
	S	4	36	144
	N	3	16	48

	TS	2	2	4
	STS	1	–	–
Jumlah			100	426
Rata-rata (%)			85.2	

Berdasarkan tabel 24 dapat diketahui bahwa pada bagian kenyamanan ruangan dengan pernyataan “Kondisi toilet yang nyaman dan bersih” di atas memberikan kualitas layanan nasabah dengan tingkat kepuasan sebesar 85,2% sehingga nasabah sangat puas dengan kinerja pelayanan tersebut.

Tabel 25: Rekapitulasi tanggapan responden pada pernyataan 18

Kenyamanan Ruangan				
Pernyataan	Jawaban	Nilai	F	Skor
Kondisi lantai ruangan yang bersih dan nyaman	SS	5	50	250
	S	4	41	164
	N	3	6	18
	TS	2	3	6
	STS	1	–	–
Jumlah			100	438
Rata-rata (%)			87.6	

Berdasarkan tabel 25 dapat diketahui bahwa pada bagian kenyamanan ruangan dengan pernyataan “Kondisi lantai ruangan yang bersih dan nyaman” di atas memberikan kualitas layanan nasabah dengan tingkat kepuasan sebesar 87,6% sehingga nasabah sangat puas dengan kinerja pelayanan tersebut.

Tabel 26: Rekapitulasi tanggapan responden pada pernyataan 19

Kenyamanan Ruangan				
Pernyataan	Jawaban	Nilai	F	Skor
Penataan ruangan di PT. BRI	SS	5	42	210

Syariah Cabang Pekanbaru yang bagus	S	4	47	188
	N	3	11	33
	TS	2	–	–
	STS	1	–	–
Jumlah			100	431
Rata-rata (%)			86.2	

Berdasarkan tabel 26 dapat diketahui bahwa pada bagian kenyamanan ruangan dengan pernyataan “Penataan ruangan di PT. BRI Syariah Cabang Pekanbaru yang bagus” di atas memberikan kualitas layanan nasabah dengan tingkat kepuasan sebesar 86,2% sehingga nasabah sangat puas dengan kinerja pelayanan tersebut.

Tabel 27: Rekapitulasi tanggapan responden pada pernyataan 20

Kenyamanan Ruangan				
Pernyataan	Jawaban	Nilai	F	Skor
Kondisi AC di ruangan sangat nyaman	SS	5	52	260
	S	4	39	156
	N	3	7	21
	TS	2	1	2
	STS	1	1	1
Jumlah			100	440
Rata-rata (%)			88	

Berdasarkan tabel 27 dapat diketahui bahwa pada bagian kenyamanan ruangan dengan pernyataan “Kondisi AC di ruangan sangat nyaman” di atas memberikan kualitas layanan nasabah dengan tingkat kepuasan sebesar 88% sehingga nasabah sangat puas dengan kinerja pelayanan tersebut.

Tabel 28: Rekapitulasi tanggapan responden pada pernyataan 21

ATM				
Pernyataan	Jawaban	Nilai	F	Skor
Kebersihan dan kenyamanan ruangan ATM	SS	5	51	255
	S	4	41	164
	N	3	6	18
	TS	2	2	4
	STS	1	–	–
Jumlah			100	441
Rata-rata (%)			88.2	

Berdasarkan tabel 28 dapat diketahui bahwa pada bagian ATM dengan pernyataan “Kebersihan dan kenyamanan ruangan ATM” di atas memberikan kualitas layanan nasabah dengan tingkat kepuasan sebesar 88,2% sehingga nasabah sangat puas dengan kinerja pelayanan tersebut.

Tabel 29: Rekapitulasi tanggapan responden pada pernyataan 22

ATM				
Pernyataan	Jawaban	Nilai	F	Skor
Kelancaran mesin ATM dalam melakukan transaksi	SS	5	52	260
	S	4	31	124
	N	3	15	45
	TS	2	2	4
	STS	1	–	–
Jumlah			100	433
Rata-rata (%)			86.6	

Berdasarkan tabel 29 dapat diketahui bahwa pada bagian ATM dengan pernyataan “Kelancaran mesin ATM dalam melakukan transaksi” di atas memberikan kualitas layanan nasabah dengan tingkat kepuasan sebesar 86,6% sehingga nasabah sangat puas dengan kinerja pelayanan tersebut.

Tabel 30: Rekapitulasi tanggapan responden pada pernyataan 23

ATM				
Pernyataan	Jawaban	Nilai	F	Skor
Ketersediaan tempat sampah di dalam ruangan ATM	SS	5	44	220
	S	4	40	160
	N	3	13	39
	TS	2	2	4
	STS	1	1	1
Jumlah			100	424
Rata-rata (%)			84.8	

Berdasarkan tabel 30 dapat diketahui bahwa pada bagian ATM dengan pernyataan “Ketersediaan tempat sampah di dalam ruangan ATM” di atas memberikan kualitas layanan nasabah dengan tingkat kepuasan sebesar 84,8% sehingga nasabah sangat puas dengan kinerja pelayanan tersebut.

Tabel 31: Rekapitulasi tanggapan responden pada pernyataan 24

ATM				
Pernyataan	Jawaban	Nilai	F	Skor
ATM selalu menyediakan bukti transaksi	SS	5	58	290
	S	4	31	124
	N	3	9	27
	TS	2	1	2
	STS	1	1	1
Jumlah			100	444
Rata-rata (%)			88.8	

Berdasarkan tabel 31 dapat diketahui bahwa pada bagian ATM dengan pernyataan “ATM selalu menyediakan bukti transaksi” di atas

memberikan kualitas layanan nasabah dengan tingkat kepuasan sebesar 88,8% sehingga nasabah sangat puas dengan kinerja pelayanan tersebut.

Sedangkan hasil dari loyalitas nasabah dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 32: Rekapitulasi tanggapan responden pada pernyataan 25

Loyalitas Nasabah				
Pernyataan	Jawaban	Nilai	F	Skor
Saya merekomendasikan PT. BRI Syariah Cabang Pekanbaru kepada teman ataupun kerabat	SS	5	32	160
	S	4	51	204
	N	3	15	45
	TS	2	2	4
	STS	1	–	–
Jumlah			100	413
Rata-rata (%)			82.6	

Berdasarkan tabel 32 dapat diketahui bahwa pada bagian loyalitas nasabah dengan pernyataan “Saya akan merekomendasikan PT. BRI Syariah Cabang Pekanbaru kepada teman ataupun kerabat” di atas memberikan loyalitas nasabah dengan tingkat kepuasan sebesar 82,6%, loyalitas nasabah dengan penilaian sangat puas pada PT. BRI Syariah Cabang Pekanbaru.

Tabel 33: Rekapitulasi tanggapan responden pada pernyataan 26

Loyalitas Nasabah				
Pernyataan	Jawaban	Nilai	F	Skor
Saya bersedia menginformasikan kepada orang lain apabila ada produk baru pada PT. BRI Syariah Cabang Pekanbaru	SS	5	25	125
	S	4	52	208
	N	3	20	60
	TS	2	3	6
	STS	1	–	–
Jumlah			100	399
Rata-rata (%)			79.8	

Berdasarkan tabel 33 dapat diketahui bahwa pada bagian loyalitas nasabah dengan pernyataan “Saya bersedia menginformasikan kepada orang lain apabila ada produk baru pada PT. BRI Syariah Cabang Pekanbaru” di atas memberikan loyalitas nasabah dengan tingkat kepuasan sebesar 79.8%, loyalitas nasabah dengan penilaian puas pada PT. BRI Syariah Cabang Pekanbaru.

Tabel 34: Rekapitulasi tanggapan responden pada pernyataan 27

Loyalitas Nasabah				
Pernyataan	Jawaban	Nilai	F	Skor
Saya bersedia menggunakan produk dan jasa lain yang ditawarkan oleh PT. BRI Syariah Cabang Pekanbaru	SS	5	25	125
	S	4	47	188
	N	3	26	78
	TS	2	2	4
	STS	1	–	–
Jumlah			100	395
Rata-rata (%)			79	

Berdasarkan tabel 34 dapat diketahui bahwa pada bagian loyalitas nasabah dengan pernyataan “Saya bersedia menggunakan produk dan jasa lain yang ditawarkan oleh PT. BRI Syariah Cabang Pekanbaru” di atas

memberikan loyalitas nasabah dengan tingkat kepuasan sebesar 79%, loyalitas nasabah dengan penilaian puas pada PT. BRI Syariah Cabang Pekanbaru.

Tabel 35: Rekapitulasi tanggapan responden pada pernyataan 28

Loyalitas Nasabah				
Pernyataan	Jawaban	Nilai	F	Skor
Saya percaya bahwa PT. BRI Syariah Cabang Pekanbaru selalu siap membantu	SS	5	34	170
	S	4	45	180
	N	3	18	54
	TS	2	3	6
	STS	1	–	–
Jumlah			100	410
Rata-rata (%)			82	

Berdasarkan tabel 35 dapat diketahui bahwa pada bagian loyalitas nasabah dengan pernyataan “Saya percaya bahwa PT. BRI Syariah Cabang Pekanbaru selalu siap membantu” di atas memberikan loyalitas nasabah dengan tingkat kepuasan sebesar 82%, loyalitas nasabah dengan penilaian sangat puas pada PT. BRI Syariah Cabang Pekanbaru.

Tabel 36: Rekapitulasi tanggapan responden pada pernyataan 29

Loyalitas Nasabah				
Pernyataan	Jawaban	Nilai	F	Skor
Saya tidak tertarik dengan tawaran bank lain	SS	5	22	110
	S	4	21	84
	N	3	43	129
	TS	2	14	28
	STS	1	–	–
Jumlah			100	351
Rata-rata (%)			70.2	

Berdasarkan tabel 36 dapat diketahui bahwa pada bagian loyalitas nasabah dengan pernyataan “Saya tidak tertarik dengan tawaran bank lain” di atas memberikan loyalitas nasabah dengan tingkat kepuasan sebesar 70,2%, loyalitas nasabah dengan penilaian puas pada PT. BRI Syariah Cabang Pekanbaru.

Tabel 37: Rekapitulasi tanggapan responden pada pernyataan 30

Loyalitas Nasabah				
Pernyataan	Jawaban	Nilai	F	Skor
Saya sering melakukan transaksi pada PT. BRI Syariah Cabang Pekanbaru	SS	5	31	155
	S	4	41	164
	N	3	26	78
	TS	2	2	4
	STS	1	–	–
Jumlah			100	401
Rata-rata (%)			80.2	

Berdasarkan tabel 37 dapat diketahui bahwa pada bagian loyalitas nasabah dengan pernyataan “Saya tidak tertarik dengan tawaran bank lain” di atas memberikan loyalitas nasabah dengan tingkat kepuasan sebesar 80,2%, loyalitas nasabah dengan penilaian puas pada PT. BRI Syariah Cabang Pekanbaru.

c. Analisis Regresi

Dari hasil analisis data terhadap skor variabel kualitas layanan (X) dan variabel loyalitas nasabah (Y), maka diperoleh nilai-nilai yang dibutuhkan untuk analisis regresi linier sederhana dengan SPSS tersebut sebagai berikut:

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitas ^a		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Loyalitas

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.360 ^a	.129	.121	2.951

a. Predictors: (Constant), Kualitas

Dari hasil di atas dapat dilihat nilai R, R², Adjusted R², dan Standar Error. Dimana nilai Koefisien Determinasi R² (R Square) sebesar 0,129 R² ini merupakan Indeks Determinasi, yakni persentase yang menyumbangkan pengaruh X Terhadap Y. R² Sebesar 0,129 menunjukkan pengertian bahwa 12,9% sumbangan pengaruh X (kualitas layanan) terhadap Y (loyalitas Nasabah), sedangkan sisanya 87,1% dipengaruhi oleh faktor lain.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.303	3.253		2.245	.027
	Kualitas	.117	.031	.360	3.818	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas

Bagian ini dapat dilihat nilai koefisien a dan b serta harga t-hitung serta tingkat signifikansi. Dari tabel di atas didapat persamaan perhitungan sebagai berikut:

$$Y = 7,303 + 0,117X$$

Dimana:

Y = Tingkat loyalitas nasabah

X = Kualitas layanan

Nilai 7,303 merupakan nilai konstanta (a) yang menunjukkan bahwa: “jika tidak ada peningkatan terhadap pelayanan pada perusahaan jasa untuk mendapatkan kualitas pelayanan yang dapat meningkatkan loyalitas nasabah, maka kesetiaan nasabah pada PT. BRI Syariah Cabang Pekanbaru sebesar 7,3%.

Arah hubungan positif (+) dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan dapat meningkatkan nilai loyalitas pada nasabah.

Sedangkan pada kualitas layanan (X) menunjukkan bahwa setiap adanya peningkatan layanan yang dilakukan karyawan PT. BRI Syariah Cabang Pekanbaru maka akan meningkatkan loyalitas nasabah sebesar 0.117% .

E. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkapkan pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah pada PT. BRI Syariah Cabang Pekanbaru. Berdasarkan hasil penelitian ini dan pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian pada maka diperoleh persamaan regresi linier sederhana, yaitu: $Y = 7,303 + 0,117X$.

Yang artinya dimana :

- Konstanta sebesar 7,303

Jika tidak ada peningkatan terhadap pelayanan pada perusahaan jasa untuk mendapatkan kualitas pelayanan yang dapat meningkatkan loyalitas

nasabah, maka kesetiaan nasabah pada PT. BRI Syariah Cabang Pekanbaru sebesar 7,3%.

- Arah hubungan positif (+)

Ini berarti bahwa kualitas layanan dapat meningkatkan nilai loyalitas pada nasabah.

- Koefisien regresi

Bahwa setiap adanya peningkatan layanan yang dilakukan karyawan PT. BRI Syariah Cabang Pekanbaru maka akan meningkatkan loyalitas nasabah sebesar 0.117% .

2. Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah pada PT. BRI Syariah Cabang Pekanbaru. Artinya kualitas layanan yang diberikan kepada nasabah yang berakibat timbulnya kepuasan sehingga dapat meningkatkan loyalitas nasabah pada PT. BRI Syariah Cabang Pekanbaru.
3. Koefisien Determinasi R^2 Sebesar 0,129 menunjukkan pengertian bahwa 12,9% sumbangan pengaruh X (Kualitas layanan) terhadap Y (Loyalitas Nasabah), sedangkan sisanya 87,1% dipengaruhi oleh faktor lain.

F. DAFTAR PUSTAKA

Abdurrahman, Hafiz, *Menggugat Bank Syariah Kritik Atas Fatwa Produk Perbankan Syariah*, Bogor: Al Azhar Press, 2012

Aedy, Hasan, *Indahnya Ekonomi Islam*, Bandung : Alfabeta, 2007.

Al Arif, M. Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Bandung: Alfabeta, 2012

Dendawijaya, Lukman, *Manajemen Perbankan*, Bogor, Ghalia Indonesia: 2005

Gaspersz, Vincent, *Total Quality Management*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2001

Hasan, Iqbal, *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*, Jakarta: PT Bumi Aksara, 2004

- Imam Wahjono, Sentot, *Manajemen Pemasaran Bank*, Surabaya: Graha Ilmu, 2009
- Kartajaya, Hermawan dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, Bandung: PT Mizan Pustaka, 2006
- Kasmir, *Etika Customer Service*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011
- _____, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana, 2008
- Mahmud, Amir Dkk, *Bank Syariah Teori, Kebijakan, Dan Studi Empiris Di Indonesia*, Jakarta: Erlangga, 2010
- MarkPlus, Tim, *The Official MIM Academy Coursebook MarkPlus Basics* Jakarta: ESENSI, Penerbit Erlangga, 2009
- O. P. Simorangkir, *Penganatar Lembaga Keuangan Bank Dan Non Bank*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2004
- Rahmayanti, Nina, *Manajemen Pelayanan Prima*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010
- Rivai, Vithzal Dan Rifki Ismail, *Islamic Risk Management For Islamic Bank*, Jakarta: Kompas Gramedia, 2013
- Suprianto, Dkk, *Pemasaran Industry Jasa Kesehatan*, Yogyakarta: Andi Offset, 2010
- Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi III*, Jakarta: Pusat Bahasa, 2008
- Tjiptono, Fandi, *Strategi Bisnis dan Manajemen*, Yogyakarta: Andi, 1996
- Tjiptono, Fandy & Gregorius Chandra, *Service, Quality & Satisfaction, Ed. I*, Yogyakarta: Andi, 2005
- Umar, Husein, *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005
- <http://ridwan202.wordpress.com/2013/02/11/kualitas-pelayanan-dalam-islam>.

