

BAB IV

DESKRIPSI, PEMBUKTIAN HIPOTESIS, DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

1. Profil Perusahaan

a. Sejarah Singkat Berdirinya BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan

Dikeluarkannya Undang-undang No. 22 tahun 1999 tentang pemerintah Daerah dan Peraturan Pemerintah No. 25 tentang Kewenangan Pemerintah dan Kewenangan Provinsi sebagai daerah otonom, maka kewenangan otonom saat ini telah diserahkan kepada daerah. Kewenangan tersebut mencakup penanganan segala urusan rumah tangga daerah sebagai lembaga berikut perangkatnya. Serta untuk meningkatkan dan mendayagunakan potensi ekonomi daerah dalam rangka meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Untuk memenuhi maksud dan tujuan di atas Pemerintah Kabupaten Sumenep melakukan akuisisi bank Perkreditan Rakyat yang berdomisili di Sidoarjo yaitu PT. BPR Dana Merapi untuk kemudian di relokasi ke Kabupaten Sumenep. Untuk melakukan akuisisi terhadap PT. BPR Dana Merapi Pemkab Sumenep membuat Momerandum of Understanding (MOU) dan surat Perjanjian Kerja Sama Pendirian Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) di Kabupaten Sumenep Nomor 910/608b/435.304/200-1011/BM/PKS/XII/2001 yang ditandatangani oleh Bupati Sumenep dan PT Bank Syariah Muamalat Indonesia, Tbk pada tanggal 27 Desember 2001. Dalam MOU tersebut pihak PT Bank Muamalat sebagai pelaksana dalam proses pengambilalihan BPR serta

bertanggung jawab terhadap pemberian konsultasi untuk perijinan, rekrutmen, pelatihan dan pembinaan.¹

b. Jejak Langkah

- 1993 : Didirikannya PT BPR DANA MERAPI.
- 2001 : Akuisisi PT BPR DANA MERAPI oleh Pemkab Sumenep yang berdomisili di Kabupaten Sidoarjo.
- 2002 : PT BPR Dana Merapi berubah menjadi PT BPR Bhakti Sumekar dan direlokasi ke Kabupaten Sumenep.
- 2003 : Dikeluarkannya ijin Operasional PT. BPRS Bhakti Sumekar.
- 2006 : Pembukaan kantor Cabang Pamekasan.

c. Keterangan Logo Perusahaan

Gambar 4.1
Logo PT. BPRS Bhakti Sumekar



1) Makna Umum

Logo BPRS BHAKTI SUMEKAR menyerupai bunga merakah yang mencerminkan kegigihan, keleluasaan, semangat dan keramahan dalam semua aspek bisnis di lingkungan masyarakat yang diharapkan terus merakah dan berkembang.

2) Makna dari Segi Warna

- a) Warna hijau melambangkan kesuburan, kesejukan, kemakmuran dan juga warna hijau pada umumnya identik dengan dunia Islam.

¹<https://www.bhaktisumekar.co.id/v2/tentang-bbs/#latar>, diakses pada tanggal 01 Mei 2020 pukul 11:00.

b) Warna kuning melambangkan kesejahteraan, kejayaan, dan kekayaan.

3) Nilai Utama Perusahaan “BHAKTI”

a) Berkembang: Dengan etos kerja yang kuat serta memiliki ide kreatif yang tinggi dan pengembangan ke masa yang akan datang, mengantisipasi tantangan dan kesempatan untuk berkembang melakukan inovasi-inovasi.

b) Harmonis: Rasa persaudaraan, rasa kebersamaan menjadi pedoman hidup. Menjadikan kenyamanan dan kekompakan dalam bermitra.

c) Amanah: Konsisten dan bertindak adil, bersikap tegas dengan rasa tanggung jawab yang besar dengan amanah nasabah.

d) Kepuasan Nasabah: Memenuhi kebutuhan nasabah dengan memberikan pelayanan yang terbaik, dengan tetap memperhatikan kepentingan perusahaan, dengan dukungan SDM yang terampil, ramah, senang melayani dan didukung teknologi unggul.

e) Transparan: Saling terbuka demi membangun kepercayaan dan keyakinan dengan menjunjung tinggi pelayanan yang terbaik sehingga terbentuk suasana bersih dan berwibawa.

f) Integritas: Bertaqwa, penuh dedikasi, jujur, selalu menjaga nama baik, serta saat peraturan yang berlaku.

d. Visi, Misi, dan Motto BPRS Bhakti Sumekar

1) Visi

Terwujudnya masyarakat yang makin sejahtera dengan dilandasi nilai-nilai agama dan budaya.

2) Misi

- a) Intermediasi antar pelaku ekonomi yang berlebih dengan yang kurang dalam permodalan berdasar syariah.
- b) Membantu melaksanakan pembedayaan pengusaha ekonomi kecil dan menengah.
- c) Mengupayakan peningkatan Pendapatan Asli Daerah.

3) Motto

“Mitra Dalam Bermuamalah”.²

e. Bentuk/Badan Hukum

Awal mula berdirinya PT. BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan yaitu dimulai dari PT. BPR DANA MERAPI yang didirikan berdasarkan akta notaris Yanita Poerbo SH No 64 tanggal 30 Juli 1992 dan telah disahkan oleh Menteri Kehakiman Republik Indonesia dalam Surat Keputusan nomor C2-392.HT.01.01.TH 1993 tanggal 22 Januari 1993. Rencana akuisisi dari Pemerintah Kabupaten Sumenep telah memperoleh rekomendasai dan persetujuan dari Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kabupaten Sumenep tanggal 19 Nopember 2001 dengan nomor 910/953/435.040/2001.

Telah disetujui pula oleh Bank Indonesia pada tanggal 20 Pebruari 2002 dengan Surat Persetujuan Nomor 4/5/DPBPR/P3BPR/Sb. Dalam perkembangannya PT. BPR Dana Merapi telah mengalami perubahan nama menjadi PT. BPR Bhakti Sumekar dengan Akte Nomor 24 tanggal 16 September 2002 oleh Notaris Karuniawan Surjanto, SH notaris di Sidoarjo dan Persetujuan dari Bank Indonesia No.04/8/KEP/PBI/sb/2002 tanggal 11 Nopember 2003,

²<https://www.bhaktisumekar.co.id/v2/tentang-bbs/#visi>, diakses pada tanggal 01 Mei 2020 pukul 11:04.

Pemerintah kabupaten Sumenep telah mengesahkan dalam sebuah Peraturan Daerah (PERDA) Nomor 6 Tahun 2003 Tanggal 31-07-2003 tentang Pendirian PT. Bank Perkreditan Rakyat Syariah Bhakti Sumekar.

Perubahan sistem Konvensional menjadi sistem Syariah dan perubahan nama PT. BPR Bhakti Sumekar menjadi PT. BPRS Bhakti Sumekar dalam akte notaris Sukarini, SH notaris di Sidoarjo No. 1 Tanggal 1 Nopember 2003 telah mendapat pengesahan Departemen Kehakiman RI dan HAM RI, No.C-01389 HT.01.04.TH.2004 tanggal 19 Januari 2004 dan persetujuan izin prinsip Bank Indonesia No.6/606/DPbs Jakarta tanggal 21 Mei 2004 serta Bank Indonesia Cabang Surabaya No.6/353/DPBPR/IDBPR/Sb tanggal 22 Juni 2004.³

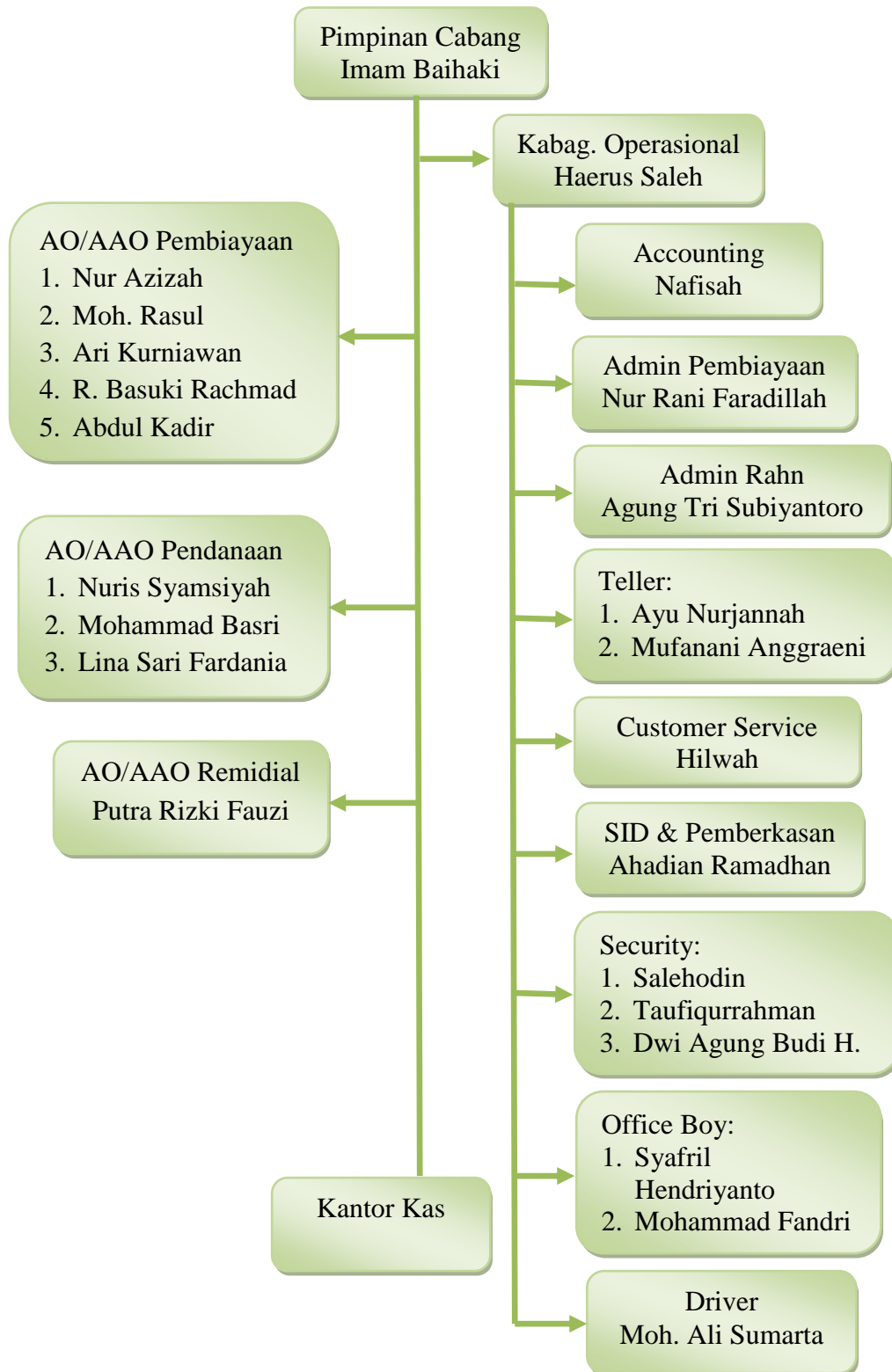
f. Struktur Organisasi

Struktur organisasi merupakan sarana untuk menggambarkan keadaan formal perusahaan untuk mengetahui tugas dan fungsi serta tanggung jawab para karyawan. Adapun dimensi keorganisasian melihat produktivitas dalam kerangka hubungan teknis antara masukan (input) dan keluaran (output). Dengan adanya struktur organisasi tersebut semua orang dapat mengetahui tugas dan tanggung jawab para karyawan perusahaan. Dalam hal ini pembentukan struktur organisasi perusahaan menentukan pencapaian produktivitas perusahaan, dikarenakan besarnya input yang dikeluarkan untuk tenaga kerja, dalam pengukuran produktivitas dikatakan meningkat apabila dengan menggunakan input yang sedikit diperoleh jumlah hasil yang sama. Dengan menggunakan input yang banyak maka diperoleh jumlah hasil yang jauh lebih banyak.

³<https://www.bhaktisumekar.co.id/v2/tentang-bbs/#latar>, diakses pada tanggal 01 Mei 2020 pukul 11:00.

Berikut ini adalah struktur organisasi PT. BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan.

Gambar 4.2
Struktur Organisasi BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan



g. Produk dan Layanan

1) Produk Simpanan

Berikut ini adalah produk simpanan yang ditawarkan oleh BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan:⁴

a) Tabungan Barokah

Tabungan Barokah merupakan layanan tabungan untuk masyarakat umum sebagai sarana persiapan masa depan dengan prinsip *wadi'ah* (titipan).

Syarat dan Ketentuan:

- (1) Diperuntukkan bagi perorangan dan badan usaha.
- (2) Mengisi formulir pembukaan Tabungan Barokah.
- (3) Fotokopi tanda pengenal; KTP, SIM, Paspor (untuk perorangan) dan fotokopi Akta Pendirian beserta Anggaran Dasar dan Perubahannya (bagi Badan Hukum).
- (4) Setoran awal minimal Rp10.000,- dengan saldo tabungan minimal Rp10.000,- dan dana dapat diambil sewaktu-waktu.

Keuntungan bagi Nasabah:

- (1) Hasilnya lebih besar.
- (2) Bebas biaya administrasi.
- (3) Dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan.

Manfaat

- (1) Bebas riba, karena merupakan *wadi'ah* (titipan murni).
- (2) Jumlah penarikan tabungan tidak dibatasi.

⁴<https://www.bhaktisumekar.co.id/v2/>, diakses pada tanggal 01 Mei 2020 pukul 10.58.

b) Tabungan SIMPEL (*Simpanan Pelajar*)

Tabungan Simpel ini dikhususkan bagi pelajar atau siswa di sekolah atau lembaga pendidikan, mulai dari TK sampai SD.

Syarat Tabungan SIMPEL:

- (1) Diperuntukkan bagi Perorangan yang berstatus siswa/pelajar.
- (2) Mengisi form pembukaan rekening tabungan.
- (3) Fotocopy tanda pengenal seperti KTP/Kartu Pelajar/Akta Kelahiran.

Ketentuan Tabungan SIMPEL:

- (1) Setoran awal mulai dari Rp 1.000.
- (2) Setoranselanjutnyaminimal Rp 1.000.
- (3) Dana bisa diambil sewaktu-waktu.
- (4) Sisasaldo tabungan minimal Rp. 1.000.
- (5) Bebas biaya administrasi.

Manfaat Tabungan SIMPEL :

- (1) Edukasi gemar menabung sejak usia dini.
- (2) Tabungan terencana untuk persiapan masa depan siswa.
- (3) Bebas biaya bulanan.
- (4) Dijaminoleh Lembaga Penjamin Simpanan.

c) Tabungan Qurban

Tabungan Qurban merupakan tabungan yangdiperuntukkan bagi masyarakat yang ingin menyiapkan dana qurban di Hari Raya Idul Adha secara terencana dengan keutungan bagi hasil sesuai dengan syari'ah Islam. Dengan syarat dan ketentuan sebagai berikut.

- (1) Diperuntukkan bagi perorangan

- (2) Fotokopi identitas diri; KTP, SIM, atau Paspor yang masih berlaku.
- (3) Setoran awal minimal Rp100.000.
- (4) Saldotabungan minimal Rp. 50.000.
- (5) Dapat diambil menjelang Hari Raya Idul Adha dan tabungan ini bebas biaya administrasi.

d) Tabungan Haji Barokah

Tabungan haji merupakan tabungan berencana yang diperuntukkan bagi masyarakat yang ingin menyiapkan dananya untuk melakukan ibadah haji. Tabungan haji ini membantu dan merencanakan ibadah haji menjadi lebih mudah.

Syarat dan ketentuan sebagai berikut:

- (1) Diperuntukkan bagi perorangan.
- (2) Fotocopy identitas diri; KTP, SIM, Paspor yang masih berlaku.
- (3) Setoran awal minimal Rp 100.000.

e) Tabungan Hari Raya (TAHARA)

Tahara merupakan simpanan berencana yang diperuntukkan bagi masyarakat yang ingin menyiapkan dana untuk Hari Raya Idul Fitri dengan lebih dini dan terencana. Tabungan ini aman, halal, dan menguntungkan.

Syarat Tahara

- (1) Diperuntukkan bagi perorangan dan badan usaha.
- (2) Mengisi form pembukaan rekening tabungan.
- (3) Fotocopy tanda pengenal seperti KTP, SIM, Paspor (untuk Perorangan), Akta Pendirian beserta Anggaran Dasar dan Perubahannya (untuk Badan Hukum).

Ketentuan Tahara

- (1) Setoran awal mulai dari Rp 100.000.
- (2) Setoran selanjutnya minimal Rp 50.000 dan wajib dilakukan setiap bulan.
- (3) Dana bisa diambil 2 minggu menjelang Hari Raya Idul Fitri.
- (4) Sisa saldo tabungan minimal Rp 10.000.

Manfaat Tahara

- (1) Hasil yang lebih besar.
- (2) Bebas biaya administrasi bulanan.
- (3) Sebagai tabungan berencana.
- (4) Dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan.

f) Deposito Mudharabah

Deposito mudharabah merupakan investasi yang menguntungkan bagi masyarakat dengan akad *MudharabahMutlaqah* atau bagi hasil sesuai dengan Syariah Islam.

Syarat dan Ketentuan

- (1) Nilai nominal deposito minimum Rp 1.000.000.
- (2) Jangka waktu simpanan 1 bulan, 3 bulan, 6 bulan, dan 12 bulan.
- (3) Deposito mudharabah tidak dapat dipindahtangankan.
- (4) Fotokopi identitas diri (untuk Perorangan) dan fotokopi Akta Pendirian beserta Anggaran Dasar dan Perubahannya (untuk Badan Hukum).
- (5) Fotokopi izin usaha dan NPWP (untuk Badan Hukum).

Keuntungan bagi Nasabah

- (1) Bagi hasil kompetitif sesuai nisbah yang disepakati.
- (2) Dapat digunakan sebagai jaminan pembiayaan.
- (3) Dapat diperpanjang otomatis (*Automatic Roll Over*).
- (4) Dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan.
- (5) Bagi hasil dapat diambil tunai, melalui transfer ataupun pemindahbukuan.
- (6) Bebas biaya penalti

2) Produk Pembiayaan

Berikut ini adalah macam-macam produk pembiayaan yang ditawarkan oleh BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan:⁵

a) Pembiayaan Usaha Kecil dan Menengah (UMKM)

Pembiayaan UMKM adalah pembiayaan yang diberikan kepada masyarakat untuk modal kerja atau investasi bagi perorangan yang memiliki usaha kecil, menengah dengan akad jual beli (*Murabahah*) atau bagi hasil (*Mudharabah/Musyarakah*).

Syarat dan Ketentuan:

- (1) Fotokopi KTP suami dan istri.
- (2) Fotokopi KSK.
- (3) Fotokopi Surat Nikah.
- (4) Fotokopi legalitas usaha (SIUP, TDP, NPWP).
- (5) Asli jaminan BPKB/Sertifikat.
- (6) Surat keterangan usaha dari Kepala Desa.

⁵<https://www.bhaktisumekar.co.id/v2/>, diakses pada tanggal 01 Mei 2020 pukul 10:58.

Ketentuan bagi Nasabah:

- (1) Kesepakatan margin tidak berubah selama periode pembiayaan.
- (2) Pelunasan dipercepat tidak dikenakan penalti.
- (3) Cicilan ringan.
- (4) Proses mudah dan cepat.

b) Pembiayaan Serba Guna

Pembiayaan Serba Guna merupakan pembiayaan yang diperuntukkan bagi PNS/Karyawan swasta yang berpenghasilan tetap dengan menggunakan akad *murabahah*.

Syarat dan Ketentuan

- (1) Mengisi formulir permohonan pembiayaan.
- (2) Fotocopy KTP.
- (3) Fotocopy KSK.
- (4) Fotocopy Surat Nikah.
- (5) Asli Slip gaji bulan terakhir.
- (6) Asli SK pegawai Negeri/Swasta pertama dan terakhir.
- (7) Asli Taspen dan Karpeg.
- (8) Menyerahkan surat kuasa potong gaji yang dikeluarkan oleh Bendahara dan diketahui oleh pimpinan Unit Kerja.

Keuntungan bagi Nasabah

- (1) Kesepakatan margin tidak berubah selama periode pembiayaan.
- (2) Pelunasan dipercepat tidak dikenakan biaya penalti.
- (3) Cicilan ringan.
- (4) Proses mudah dan cepat.

c) Gadai Emas (*Rahn*)

Gadai emas merupakan layanan pembiayaan untuk segala keperluan bagi perorangan dengan menggunakan prinsip syariah (*Ar-Rahn*). Gadai emas ini berfungsi untuk membiayai kebutuhan jangka pendek atau modal kerja bagi usaha mikro dan kecil. Jaminan berupa emas dengan jangka waktu 4 bulan dan juga dapat diperpanjang 2 kali.

Jasa penyimpanan dan pemeliharaan Rp 6,- per hari per Rp 10.000,- dari nilai taksir jaminan, dan dibayar pada saat pelunasan. Biaya jasa taksiran maksimal Rp 150.000,- per transaksi. Berikut ini akan diuraikan tentang syarat dan ketentuan gadai emas.

Tabel 4.1
Syarat dan Ketentuan Gadai Emas

No	Keterangan	Perorangan	Wiraswasta	Badan Usaha
1	ID/KTP	✓	✓	✓
2	Akta Pendirian Usaha	-	-	✓
3	Legalitas Usaha	-	✓	✓
4	Jaminan Emas	✓	✓	✓

Sumber: Brosur gadai emas

d) Pembiayaan SADAR BERSIH

Pembiayaan SADAR BERSIH (Sanitasi dan Air Bersih) membantu masyarakat untuk mewujudkan terciptanya lingkungan yang sehat. Syarat dan ketentuan berlaku sesuai pengajuan:

Perorangan

- (1) Mengisi form permohonan pembiayaan.

- (2) Fotocopy KTP suami dan istri.
- (3) Fotocopy surat nikah.
- (4) Fotocopy KK.
- (5) Rencana anggaran biaya.
- (6) Foto rencana lokasi sanitasi.
- (7) Jaminan.

Kelompok

- (1) Mengisi form permohonan pembiayaan.
- (2) Fotocopy KTP ketua dan anggota.
- (3) Rekomendasi kelompok.
- (4) Rencana anggaran biaya.
- (5) Daftar anggota kelompok.
- (6) Foto rencana lokasi sanitasi.
- (7) Jaminan.

e) Pembiayaan Elektronik

Pembiayaan elektronik merupakan pembiayaan yang dikhususkan untuk masyarakat yang membutuhkan barang elektronik apapun tujuannya, hiburan, pembelajaran, usaha profesional maupun untuk meringankan pekerjaan sehari-hari. Tidak hanya itu masyarakat yang mengajukan pembiayaan elektronik tidak perlu menunggu lama untuk memiliki barang elektronik yang diinginkan.

Syarat dan Ketentuan

- (1) PNS/ Non PNS dengan MOU.
- (2) Fotocopy KTP suami/istri.
- (3) Fotocopy KSK.

- (4) Fotocopy surat nikah.
- (5) Fotocopy daftar gaji atau slip gaji.
- (6) Fotocopy SK pertama dan terakhir, Taspen, Karpeg.

Manfaat Bagi Nasabah

- (1) Persyaratan mudah.
- (2) Harga bersaing.
- (3) Perlindungan asuransi.
- (4) Aman dan terpercaya.

f) Pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR)

Pembiayaan KPR merupakan kependekan dari pembiayaan kepemilikan rumah artinya pembiayaan ini hanya dikhususkan untuk masyarakat yang membutuhkan rumah idaman untuk keluarga.

Syarat dan Ketentuan

- (1) PNS/Non PNS
- (2) Fotocopy KTP suami/istri.
- (3) Fotocopy KSK.
- (4) Fotocopy surat nikah.
- (5) Fotocopy daftar gaji atau slip gaji.
- (6) Fotocopy SK pertama dan terakhir, Taspen, Karpeg.
- (7) Jangka waktu maksimal 15 tahun.

Manfaat Bagi Nasabah

- (1) Persyaratan mudah.
- (2) Angsuran terjangkau.
- (3) Perlindungan asuransi.

(4) Aman dan terpercaya.

g) Pembiayaan Pensiunan

Pembiayaan pensiunan merupakan pembiayaan yang diberikan kepada para pensiunan untuk keperluan renovasi rumah dan biaya pendidikan, modal kerja atau keperluan lainnya sesuai prinsip syariah.

Syarat dan Ketentuan

- (1) Mengisi formulir permohonan pembiayaan.
- (2) Fotocopy KTP.
- (3) Fotocopy KSK.
- (4) Fotocopy Karip.
- (5) Asli slip gaji bulan terakhir.
- (6) Asli SK pensiunan.
- (7) Surat kuasa memotong penerimaan pensiunan dari kantor pos.

Keuntungan Bagi Nasabah

- (1) Kesepakatan margin tidak berubah selama periode pembiayaan.
- (2) Pelunasan dipercepat tidak dikenakan biaya penalti.
- (3) Cicilan ringan.
- (4) Proses mudah dan cepat.

h) Pembiayaan Kepemilikan Emas

Pembiayaan kepemilikan emas merupakan pembiayaan yang diberikan kepada masyarakat yang menginginkan emas untuk berinvestasi namun tidak memiliki dana yang cukup.

Syarat

- (1) Mengisi formulir permohonan pembiayaan.

- (2) Fotocopy KTP (nasabah dan pasangan).
- (3) Karyawan dengan penghasilan tetap.
- (4) Wiraswasta/profesional yang memiliki sumber penghasilan.

Ketentuan

- (1) Jangka waktu pembiayaan dari 24 bulan sampai dengan 60 bulan.
- (2) Emas bisa berupa batangan atau perhiasan.

Manfaat Bagi Nasabah

- (1) Harga yang kompetitif sehingga menguntungkan bagi nasabah.
- (2) Pembelian emas menjadi jauh lebih mudah.
- (3) Emas dengan mudah dapat diuangkan kembali dengan cara dijual maupun digadaikan.

i) Pembiayaan Talangan Umroh

Pembiayaan talangan umroh merupakan pembiayaan yang ditujukan bagi masyarakat yang ingin menunaikan umroh namun tidak memiliki dana yang cukup. Berikut ini syarat dan ketentuan pembiayaan talangan umroh:

- (1) Mengajukan surat permohonan pembiayaan yang diketahui istri/suami.
- (2) Bagi non PNS/pensiunan menyerahkan jaminan berupa benda bergerak/tidak bergerak.
- (3) Bagi PNS menyerahkan surat kuasa potong gaji dan SK pegawai asli. Bagi pensiunan menyerahkan surat kuasa potong gaji dari PT Pos Indonesia dan SK pensiun asli.
- (4) Bagi non PNS/pensiunan menyerahkan jaminan berupa benda bergerak/tidak bergerak.

- (5) Fotokopi KTP yang masih berlaku sebanyak 2 lembar.
- (6) Fotokopi kartu keluarga sebanyak 2 lembar.
- (7) Pas foto 4 x 6 cm dan 3 x 4 cm masing-masing sebanyak 10 lembar.
- (8) Fotokopi surat nikah/cerai/keterangan meninggal dunia (bagi duda/janda).
- (9) Membuka tabungan umroh.

j) Pembiayaan Sepeda Motor

Pembiayaan kendaraan bermotor merupakan pembiayaan yang ditujukan bagi semua kalangan, PNS, swasta yang membutuhkan kendaraan namun belum mempunyai dana untuk mewujudkannya. Prosesnya yang mudah dan cepat, sesuai dengan kebutuhan nasabah, serta tanpa uang muka bagi PNS.

Syarat dan Ketentuan

- (1) PNS/Non PNS
- (2) Fotocopy KTP suami/istri.
- (3) Fotocopy KSK.
- (4) Fotocopy surat nikah.
- (5) Fotocopy daftar gaji dan slip gaji.
- (6) Fotocopy SK pertama dan terakhir, Taspen, Karpeg.

Manfaat Bagi Nasabah

- (1) Persyaratan mudah.
- (2) Harga bersaing.
- (3) Perlindungan asuransi.
- (4) Aman dan terpercaya

3) Layanan Jasa

a) BBS Mobile

BBS Mobile adalah singkatan dari “BPRS Bhakti Sumekar Internet Mobile Banking” yang merupakan layanan bagi nasabah untuk melakukan transaksi tabungan secara online yang dapat dijalankan pada perangkat smartphone yang dimiliki oleh nasabah menggunakan data seluler/wifi. Nasabah dapat bertransaksi menggunakan BBS mobile kapan saja dan dimana saja, tanpa terbatas waktu dan tempat. Aktivasi BBS mobile bebas dari biaya iuran dan administrasi bulanan. Dengan menggunakan BBS mobile anda dapat bertransaksi hingga Rp. 5.000.000,-

BBS Mobile memiliki fitur sebagai berikut:

(1) Mobile Banking

- (a) Cek saldo.
- (b) Cek mutasi rekening/history transaksi.
- (c) Transfer antar rekening.
- (d) Pembelian: pulsa, paket data, token PLN/Prabayar, Top-up GoPay, Top-up Ovo.
- (e) Pembayaran: tagihan PDAM, tagihan PLN, tagihan Telkom/Indihome, tagihan PGN.

(f) Tarik tunai

(2) Info Produk

(3) ATM dan Kantor

(4) Jadwal Shalat

(5) Arah Kiblat

(6) Promo

Berikut ini cara registrasi BBS Mobile:

- (1) Nasabah mengunjungi kantor BPRS Bhakti Sumekar terdekat dengan membawa KTP, Buku Tabungan, Device/Smartphone yang akan didaftarkan.
- (2) Mengajukan penggunaan layanan/fasilitas Mobile Banking BPRS Bhakti Sumekar.
- (3) Download aplikasi di Playstore dengan keyword 'BBS Mobile'
- (4) Proses aktivasi.⁶

b) ATM BBS

ATM BBS merupakan sebuah alat elektronik yang melayani nasabah bank untuk mengambil uang dan mengecek rekening tabungan mereka tanpa perlu dilayani oleh seorang *teller* manusia. ATM BBD ini bisa disebut dengan ATM Cardless. Uniknya ATM Cardless BPRS Bhakti Sumekar ini tidak menggunakan kartu, hanya bermodalkan nomor rekening dan *handphone* saja sehingga memudahkan nasabah dalam bertransaksi menggunakan ATM BSS kapan saja, tanpa terbatas waktu.

Aktivasi ATM BBS bebas dari biaya iuran dan administrasi bulanan. Fitur ATM BBS yang tanpa kartu menjadikan transaksi tarik tunai anda jadi lebih mudah dan praktis. Registrasi dan aktivasi ATM BBS yang mudah dan praktis, di seluruh Kantor Bank BBS. Untuk keamanan PIN ATM Cardless ini sudah terjamin karena PIN tersebut berbeda di setiap melakukan transaksi. Dengan menggunakan ATM BBS anda dapat bertransaksi hingga Rp. 5.000.000.⁷

⁶<https://www.bhaktisumekar.co.id/v2/bbs-mobile/>, diakses pada tanggal 01 Mei 2020 pukul 11:31.

⁷<https://www.bhaktisumekar.co.id/v2/atm-bbs/#>, diakses pada tanggal 01 Mei 2020 pukul 11:17.

c) Setrik

Setrik merupakan layanan setor tarik dana tabungan yang dilakukan oleh agen Setrik dimana saja dan kapan saja. Transaksi melalui agen Setrik bebas dari biaya administrasi. Anda dapat bertransaksi melalui agen Setrik hingga Rp. 50.000.000. persyaratan yang perlu disiapkan untuk dapat bertransaksi melalui agen Setrik yaitu nasabah dan telah memiliki rekening tabungan di BPRS Bhakti Sumekar dan untuk nasabah perorangan atau lembaga atau badan usaha.⁸

2. Deskripsi Data Penelitian dan Responden

a. Deskripsi Data Penelitian

Data penelitian dikumpulkan dengan cara membagikan kuesioner langsung kepada nasabah. Penelitian ini menyebarkan 100 kuesioner kepada nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan. Pengumpulan data secara langsung dikumpulkan oleh peneliti dengan menemui responden, diharapkan supaya lebih efektif untuk meningkatkan *respon rate* responden dalam penelitian ini. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* yaitu teknik pengumpulan sampel berdasarkan kriteria-kriteria tertentu.

Demikian syarat pengolahan data dengan alat analisis SPSS 24 sampel dapat terpenuhi. Berikut rincian pengumpulan data penelitian dengan kuesioner yang ditunjukkan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 4.2
Rincian Penerimaan dan Pengembalian Kuesioner

Kuesioner yang disebarkan	100
---------------------------	-----

⁸<https://www.bhaktisumekar.co.id/v2/setrik/>, diakses pada tanggal 01 Mei 2020 pukul 11:43.

Kuesioner yang tidak kembali	0
Kuesioner yang kembali	100
Kuesioner yang digugurkan	0
Kuesioner yang digunakan	100
Tingkat pengembalian	100%
Tingkat Pengembalian yang digunakan	100%

Sumber: Data primer yang diolah, tahun 2020.

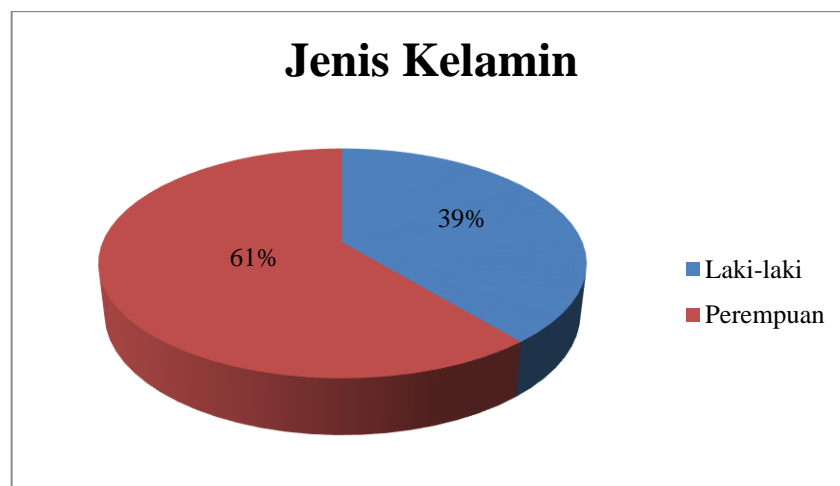
b. Deskripsi Data Responden

Deskripsi data responden yang menggambarkan keadaan atau kondisi responden merupakan informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian. Responden dalam penelitian ini memiliki beberapa karakteristik. Karakteristik penelitian tersebut terdiri atas:

1) Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Data mengenai jenis kelamin nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan yang menjadi responden pada penelitian ini yaitu sebagai berikut :

Gambar 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



Sumber : Data Primer yang diolah, tahun 2020

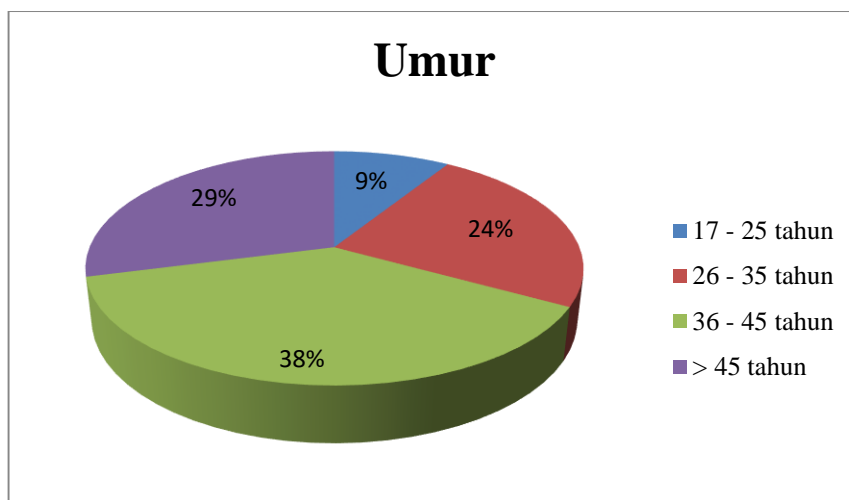
Berdasarkan keterangan pada gambar diatas, dapat diketahui informasi nasabah berdasarkan jenis kelamin, yakni nasabah laki-laki berjumlah 39 orang

dengan persentase 39% dan perempuan berjumlah 61 orang dengan persentase 61%. Artinya nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan didominasi oleh nasabah perempuan.

2) Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Data mengenai umur responden dalam penelitian ini, peneliti mengelompokkannya menjadi empat kategori, yaitu mulai umur 17 - 25 tahun, 26 - 35 tahun, 36 - 45 tahun, dan > 45 tahun. Adapun umur nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan yang dijadikan responden pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

Gambar 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Umur



Sumber : Data Primer yang diolah, tahun 2020

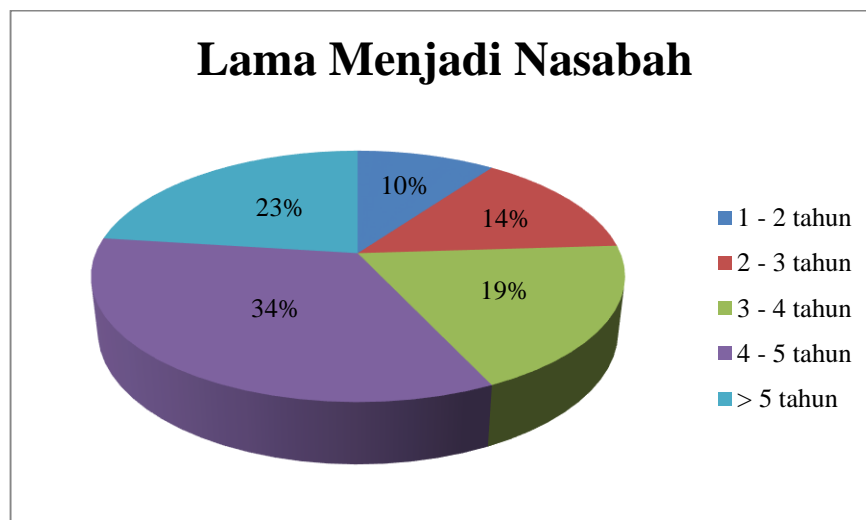
Berdasarkan keterangan pada gambar di atas, dapat diketahui umur nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan yang diambil sebagai responden yaitu 17 - 25 tahun berjumlah 9 orang dengan persentase 9%, 26 - 35 tahun sebanyak 24 orang dengan persentase 24%, 36 - 45 tahun sebanyak 38 orang dengan persentase 38%, dan > 45 tahun sebanyak 29 orang dengan persentase 29%. Dari keterangan tabel tersebut menunjukkan bahwa sebagian

besar nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan dalam penelitian ini adalah responden dengan umur 36 – 45 dengan persentase 38%.

3) Karakteristik Responden Berdasarkan Lama menjadi Nasabah

Berikut ini karakteristik responden berdasarkan lama menjadi nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan:

Gambar 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah



Sumber : Data primer yang diolah, tahun 2020

Berdasarkan keterangan gambar di atas memperlihatkan bahwa nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan yang diambil sebagai responden berdasarkan lamanya menjadi nasabah sebagian besar selama 4-5 tahun. Berdasarkan tabel tersebut memberikan informasi bahwa responden lama menjadi nasabah 1-2 tahun sebanyak 10 orang, lama menjadi nasabah 2-3 tahun sebanyak 14 orang, lama menjadi nasabah 3-4 tahun sebanyak 19 orang, lama menjadi nasabah 4-5 tahun sebanyak 34 orang, dan lama menjadi nasabah > 5 tahun sebanyak 23 orang.

4) Deskripsi Variabel

Instrumen yang dipakai dalam penelitian ini adalah kuesioner, jumlah pernyataan sebanyak 6 butir pernyataan untuk variabel kualitas layanan(X_1), 5 butir pernyataan untuk variabel kepercayaan(X_2), 5 butir pernyataan untuk variabel kepuasan nasabah (Z), dan 4 butir pertanyaan untuk variabel loyalitas nasabah (Y), sehingga jumlah keseluruhan pernyataan sebanyak 24 butir

a) Variabel Kualitas Layanan (X_1)

Tabel 4.3
Distribusi Frekuensi Variabel X_1 Tentang Kualitas Layanan

Item No.	STS:1		TS:2		N:3		S:4		SS:5		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1			3	3%	9	9%	35	35%	53	53%	100
2					10	10%	34	34%	56	56%	100
3			1	1%	15	15%	39	39%	46	46%	100
4			1	1%	11	11%	34	34%	54	54%	100
5			1	1%	10	10%	32	32%	57	57%	100
6			2	2%	20	20%	41	41%	37	37%	100
Jumlah			8		75		215		303		

Sumber: Data primer yang diolah, tahun 2020

Dari tabel 4.3 di atas distribusi frekuensi tentang kualitas layanan dijabarkan sebagai berikut:

Pada pernyataan pertama pada variabel kualitas layanan “BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan telah menerapkan ketentuan layanan yang sesuai syariah” yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada sama sekali atau sebanyak 0%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 3 atau 3%, yang menyatakan netral sebanyak 9 atau 9%, yang menyatakan setuju sebanyak 35 atau 35%, dan sangat setuju sebanyak 53 atau 53%.

Pada pernyataan kedua pada variabel kualitas layanan “Karyawan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan memberikan rasa aman terhadap nasabah dalam bertransaksi” yang menyatakan sangat tidak setuju dan tidak setuju tidak

ada sama sekali atau sebanyak 0%, yang menyatakan netral sebanyak 10 atau 10%, yang menyatakan setuju sebanyak 34 atau 34%, dan sangat setuju sebanyak 56 atau 56%.

Pada pernyataan ketiga pada variabel kualitas layanan “Pelayanan yang diberikan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan mampu memenuhi kebutuhan saya sebagai nasabah” yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada sama sekali atau sebanyak 0%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 atau 1%, yang menyatakan netral sebanyak 15 atau 15%, yang menyatakan setuju sebanyak 39 atau 39%, dan sangat setuju sebanyak 46 atau 46%.

Pada pernyataan keempat pada variabel kualitas layanan “Karyawan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan berpenampilan rapi” yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada sama sekali atau sebanyak 0%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 atau 1%, yang menyatakan netral sebanyak 11 atau 11%, yang menyatakan setuju sebanyak 34 atau 34%, dan sangat setuju sebanyak 54 atau 54%.

Pada pernyataan kelima pada variabel kualitas layanan “Karyawan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan melayani nasabah dengan sabar” yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada sama sekali atau sebanyak 0%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 atau 1%, yang menyatakan netral sebanyak 10 atau 10%, yang menyatakan setuju sebanyak 32 atau 32% dan sangat setuju sebanyak 57 atau 57%.

Pada pernyataan keenam pada variabel kualitas layanan “Karyawan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan memberikan pelayanan kepada nasabah dengan cepat” yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada sama sekali atau

sebanyak 0%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 2 atau 2%, yang menyatakan netral sebanyak 20 atau 20%, yang menyatakan setuju sebanyak 41 atau 41%, dan sangat setuju sebanyak 37 atau 37%.

b) Variabel Kepercayaan (X₂)

Tabel 4.4
Distribusi Frekuensi Variabel X₂ Tentang Kepercayaan

Item No.	STS:1		TS:2		N:3		S:4		SS:5		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1			2	2%	8	8%	43	43%	47	47%	100
2			1	1%	18	18%	45	45%	36	36%	100
3			1	1%	17	17%	43	43%	39	39%	100
4			1	1%	9	9%	30	30%	60	60%	100
5			2	2%	20	20%	33	33%	45	45%	100
Jumlah			7		72		194		227		

Sumber: Data primer yang diolah, tahun 2020

Dari tabel 4.4 di atas distribusi frekuensi tentang kepercayaan dijabarkan sebagai berikut:

Pada pernyataan pertama pada variabel kepercayaan “Karyawan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan selalu menunjukkan bukti transaksi kepada nasabah” yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada sama sekali atau sebanyak 0%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 2 atau 2%, yang menyatakan netral sebanyak 8 atau 8%, yang menyatakan setuju sebanyak 43 atau 43%, dan sangat setuju sebanyak 47 atau 47%.

Pada pernyataan kedua pada variabel kepercayaan “BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan mampu mengatasi masalah yang dihadapi nasabah” yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada sama sekali atau sebanyak 0%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 atau 1%, yang menyatakan netral sebanyak

18 atau 18%, yang menyatakan setuju sebanyak 45 atau 45%, dan sangat setuju sebanyak 36 atau 36%.

Pada pernyataan ketiga pada variabel kepercayaan “BPRS Bhakti Sumekar memberi kemudahan pada proses transaksi” yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada sama sekali atau sebanyak 0%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 atau 1%, yang menyatakan netral sebanyak 17 atau 17%, yang menyatakan setuju sebanyak 43 atau 43%, dan sangat setuju sebanyak 39 atau 39%.

Pada pernyataan keempat pada variabel kepercayaan “BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan mampu memberi perlindungan dan keamanan terhadap nasabah” yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada sama sekali atau sebanyak 0%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 atau 1%, yang menyatakan netral sebanyak 9 atau 9%, yang menyatakan setuju sebanyak 30 atau 30%, dan sangat setuju sebanyak 60 atau 60%.

Pada pernyataan kelima pada variabel kepercayaan “BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan menerima kritik dan saran dari nasabah” yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada sama sekali atau sebanyak 0%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 2 atau 2%, yang menyatakan netral sebanyak 20 atau 20%, yang menyatakan setuju sebanyak 33 atau 33% dan sangat setuju sebanyak 45 atau 45%.

c) Variabel Kepuasan Nasabah (Z)

Tabel 4.5
Distribusi Frekuensi Variabel Z Tentang Kepuasan Nasabah

Item No.	STS:1		TS:2		N:3		S:4		SS:5		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1			1	1%	16	16%	38	38%	45	45%	100
2			1	1%	5	5%	25	25%	69	69%	100
3			2	2%	11	11%	24	24%	63	63%	100

4			1	1%	8	8%	29	29%	62	62%	100
5			1	1%	12	12%	29	29%	58	58%	100
Jumlah			6		52		145		297		

Sumber: Data primer yang diolah, tahun 2020

Dari tabel 4.5 di atas distribusi frekuensi tentang kepuasan nasabah dijabarkan sebagai berikut:

Pada pernyataan pertama pada variabel kepuasan nasabah “Saya merasa puas dengan produk yang ditawarkan oleh BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan” yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada sama sekali atau sebanyak 0%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 atau 1%, yang menyatakan netral sebanyak 16 atau 16%, yang menyatakan setuju sebanyak 38 atau 38%, dan sangat setuju sebanyak 45 atau 45%.

Pada pernyataan kedua pada variabel kepuasan nasabah “Saya merasa puas dengan pelayanan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan” yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada sama sekali atau sebanyak 0%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 atau 1%, yang menyatakan netral sebanyak 5 atau 5%, yang menyatakan setuju sebanyak 25 atau 25%, dan sangat setuju sebanyak 69 atau 69%.

Pada pernyataan ketiga pada variabel kepuasan nasabah “Produk dan jasa yang diberikan oleh BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan sesuai dengan yang saya harapkan” yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada sama sekali atau sebanyak 0%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 2 atau 2%, yang menyatakan netral sebanyak 11 atau 11%, yang menyatakan setuju sebanyak 24 atau 24%, dan sangat setuju sebanyak 63 atau 63%.

Pada pernyataan keempat pada variabel kepuasan nasabah “Saya akan melakukan pembelian ulang atau penggunaan produk dan jasa di BPRS Bhakti Sumekar cabang Pamekasan” yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada sama sekali atau sebanyak 0%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 atau 1%, yang menyatakan netral sebanyak 8 atau 8%, yang menyatakan setuju sebanyak 29 atau 29%, dan sangat setuju sebanyak 62 atau 62%.

Pada pernyataan kelima pada variabel kepuasan nasabah “Saya akan merekomendasikan produk dan jasa BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan kepada teman-teman dan keluarga” yang menyatakan sangat tidak setuju tidak ada sama sekali atau sebanyak 0%, yang menyatakan tidak setuju sebanyak 1 atau 1%, yang menyatakan netral sebanyak 12 atau 12%, yang menyatakan setuju sebanyak 29 atau 29% dan sangat setuju sebanyak 58 atau 58%.

d) Variabel Loyalitas Nasabah (Y)

Tabel 4.6
Distribusi Frekuensi Variabel Y Tentang Loyalitas Nasabah

Item No.	STS:1		TS:2		N:3		S:4		SS:5		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1					16	16%	57	57%	27	27%	100
2					8	8%	65	55%	27	27%	100
3					6	6%	34	34%	60	60%	100
4					8	8%	40	40%	52	52%	100
Jumlah					38		196		166		

Sumber: Data primer yang diolah, tahun 2020

Dari tabel 4.6 di atas distribusi frekuensi tentang loyalitas nasabah dijabarkan sebagai berikut:

Pada pernyataan pertama pada variabel loyalitas nasabah “Saya akan menggunakan produk layanan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan secara teratur” yang menyatakan sangat tidak setuju dan tidak setuju tidak ada sama

sekali atau sebanyak 0%, yang menyatakan netral sebanyak 16 atau 16%, yang menyatakan setuju sebanyak 57 atau 57%, dan sangat setuju sebanyak 27 atau 27%.

Pada pernyataan kedua pada variabel loyalitas nasabah “Saya bersedia menggunakan produk atau jasa lain dari BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan” yang menyatakan sangat tidak setuju dan tidak setuju tidak ada sama sekali atau sebanyak 0%, yang menyatakan netral sebanyak 8 atau 8%, yang menyatakan setuju sebanyak 65 atau 65%, dan sangat setuju sebanyak 27 atau 27%.

Pada pernyataan ketiga pada variabel loyalitas nasabah “Saya akan menyarankan kepada teman dan keluarga untuk membuka rekening dan bertransaksi di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan” yang menyatakan sangat tidak setuju dan tidak setuju tidak ada sama sekali atau sebanyak 0%, yang menyatakan netral sebanyak 6 atau 6%, yang menyatakan setuju sebanyak 34 atau 34%, dan sangat setuju sebanyak 60 atau 60%.

Pada pernyataan keempat pada variabel loyalitas nasabah “Saya bersedia menjadi nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan meskipun ada bank lain yang menawarkan keuntungan lebih besar” yang menyatakan sangat tidak setuju dan tidak setuju tidak ada sama sekali atau sebanyak 0%, yang menyatakan netral sebanyak 8 atau 8%, yang menyatakan setuju sebanyak 40 atau 40%, dan sangat setuju sebanyak 52 atau 52%.

c. Uji Kualitas Data

Pada tahapan ini, kualitas data yang dihasilkan dari penggunaan instrumen penelitian dapat dievaluasi melalui uji validitas dan reliabilitas. Tujuan dari

pengujian ini adalah untuk mengetahui apakah setiap pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini layak atau tidak untuk dipakai.

1) Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengukur valid atau tidak suatu kuesioner atau dengan kata lain apakah kuesioner tersebut mampu mengungkapkan suatu variabel yang seharusnya diukur dari uji person correlation. Hal ini dapat dilakukan dengan uji signifikansi yaitu dengan membandingkan nilai r_{tabel} dengan r_{hitung} untuk *degree of freedom* (df) = $n - 2$, dimana n adalah jumlah sampel dan *alpha* ($\alpha = 5\%$). Apabila r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} dan nilai r positif, maka butir pertanyaan tersebut dapat dikatakan valid, begitupun sebaliknya.

Pada penelitian ini besarnya df adalah $100 - 2$ atau $df = 98$ dan *alpha* 0,05 ($\alpha = 5\%$) sehingga didapat r_{tabel} 0,1966. Selanjutnya berdasarkan hasil perhitungan data penelitian menggunakan program SPSS, diperoleh nilai r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} . Hasil analisisnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas

Item	Koefisien Korelasi	r_{tabel}	Validitas
Promosi (X1)			
X1.1	0,626	0,1966	Valid
X1.2	0,558	0,1966	Valid
X1.3	0,623	0,1966	Valid
X1.4	0,657	0,1966	Valid
X1.5	0,694	0,1966	Valid
X1.6	0,616	0,1966	Valid
Kualitas Layanan (X2)			
X2.1	0,706	0,1966	Valid
X2.2	0,689	0,1966	Valid
X2.3	0,693	0,1966	Valid
X2.4	0,774	0,1966	Valid
X2.5	0,679	0,1966	Valid
Kepuasan Nasabah (Z)			
Z1	0,641	0,1966	Valid
Z2	0,808	0,1966	Valid

Z3	0,730	0,1966	Valid
Z4	0,777	0,1966	Valid
Z5	0,703	0,1966	Valid
Loyalitas Nasabah (Y)			
Y1	0,689	0,1966	Valid
Y2	0,792	0,1966	Valid
Y3	0,639	0,1966	Valid
Y4	0,741	0,1966	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah, tahun 2020

2) Uji Realibilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui konsistensi jawaban responden atau kuesioner yang diberikan. Apabila nilai *cronbach's alpha* (α) suatu variabel $\geq 0,60$ maka indikator yang digunakan oleh variabel terikat tersebut reliabel, jika nilai *cronbach's alpha* (α) suatu variabel $< 0,60$ maka indikator yang digunakan oleh variabel tersebut tidak reliabel.

Tabel 4.8
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Keterangan
Kualitas Layanan (X_1)	0,701	Reliabel
Kepercayaan (X_2)	0,748	Reliabel
Kepuasan Nasabah (Z)	0,776	Reliabel
Loyalitas Nasabah (Y)	0,677	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, tahun 2020

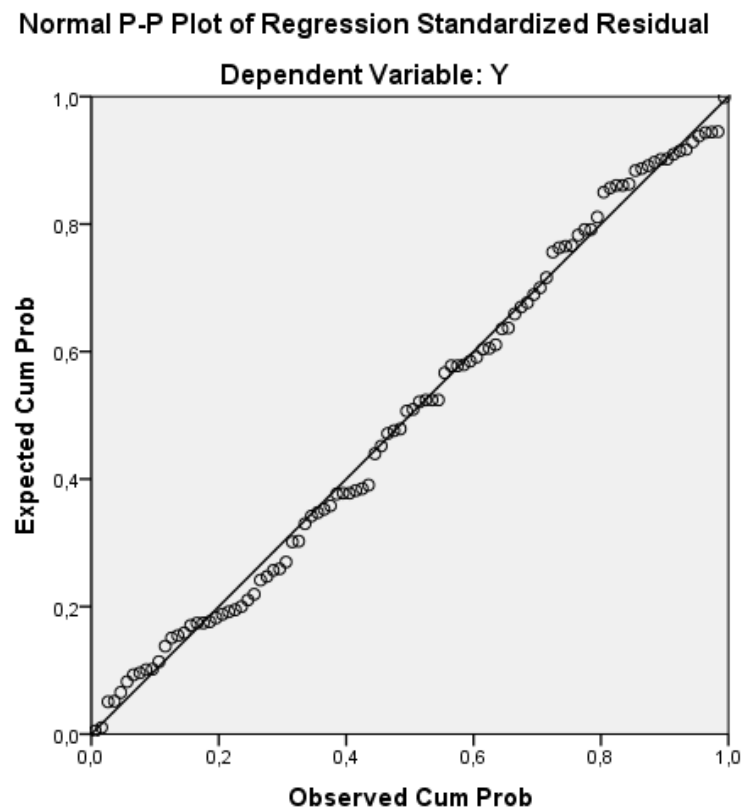
Dari keterangan tabel 4.8 diatas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki *cronbach's alpha* $> 0,60$. Dengan demikian variabel kualitas layanan, kepercayaan, kepuasan nasabah, dan loyalitas nasabah dapat dikatakan reliabel.

d. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

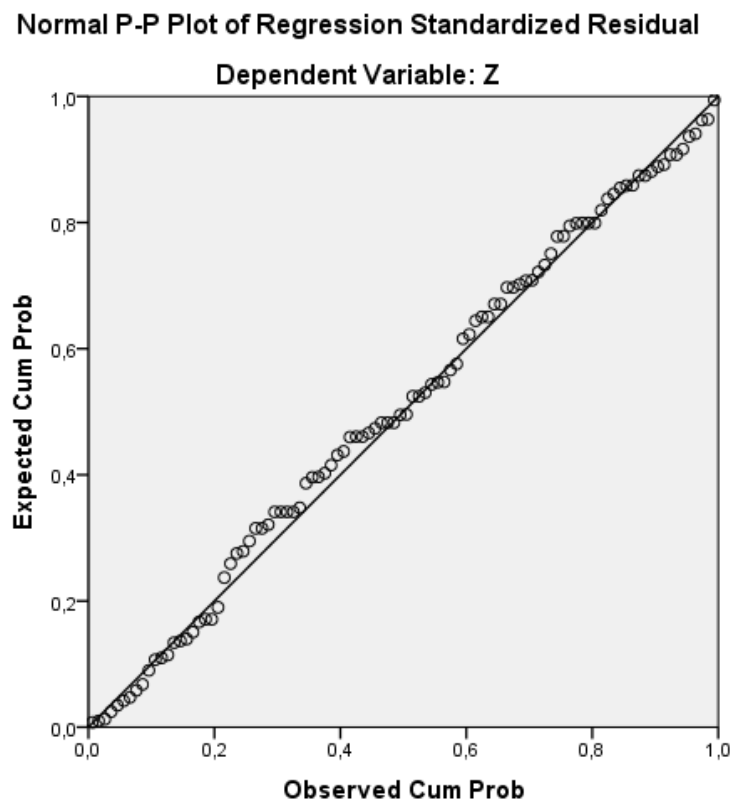
Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel dependen, independen atas keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal. Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan grafik normal *probability plot*. Hasil uji normalitas dengan menggunakan grafik normal *probability plot*, yaitu:

Gambar 4.6
Hasil Uji Normalitas dengan Grafik P-Plot Persamaan 1



Sumber: Data primer yang diolah, tahun 2020

Gambar 4.7
Hasil Uji Normalitas dengan Grafik P-Plot Persamaan 2



Sumber: Data primer yang diolah, tahun 2020

Tabel 4.9
Hasil Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov Persamaan 1

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,46200682
Most Extreme Differences	Absolute	,054
	Positive	,051
	Negative	-,054
Test Statistic		,054
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data primer yang diolah, tahun 2020.

Tabel 4.10
Hasil Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov Persamaan 2

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,82326865
Most Extreme Differences	Absolute	,053
	Positive	,032
	Negative	-,053
Test Statistic		,053
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
 - b. Calculated from data.
 - c. Lilliefors Significance Correction.
 - d. This is a lower bound of the true significance.
- Sumber:** Data primer yang diolah, tahun 2020

Berdasarkan grafik *normal probability plot* pada kedua persamaan tersebut menunjukkan bahwa data (titik-titik) menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal sedangkan pada tabel 4.9 dan 4.10 uji *Kolmogrov-Smirnov* menunjukkan bahwa data tersebut berdistribusi normal yakni Asymp. Sig. lebih besar dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa residual data berdistribusi normal dan model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

2) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Salah satu cara yang dipakai untuk mendeteksi ada tidaknya gejala multikolinearitas adalah melihat nilai *tolerance* dan lawannya serta nilai VIF (*Varian Inflation factor*). Jika nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10, maka tidak terjadi multikolinearitas. Hasil uji multikolinearitas tiap variabel, yaitu:

Tabel 4.11
Hasil Uji Multikolinieritas Persamaan 1

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
X1	,374	2,671
X2	,414	2,414
Z	,484	2,067

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer yang diolah, tahun 2020

Tabel 4.12
Hasil Uji Multikolinieritas Persamaan 2

Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
X1	,449	2,225
X2	,449	2,225

a. Dependent Variable: Z

Sumber: Data primer yang diolah, tahun 2020

Tabel 4.11 menunjukkan bahwa nilai *tolerance* variabel kualitas layanan (X_1) sebesar $0,374 > 0,10$, kepercayaan (X_2) sebesar $0,414 > 0,10$, dan kepuasan nasabah (Z) sebesar $0,484 > 0,10$ serta nilai VIF masing-masing yaitu $2,671 < 10$, $2,414 < 10$, dan $2,067 < 10$. Sedangkan pada tabel 4.12 menunjukkan bahwa nilai *tolerance* variabel kualitas layanan (X_1) sebesar $0,449 > 0,10$ dan kepercayaan (X_2) sebesar $0,449 > 0,10$ serta nilai VIF masing-masing VIF yaitu $2,225 < 10$ dan $2,225 < 10$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pada persamaan 1 dan 2 antar variabel bebas tidak terjadi multikolinearitas.

3) Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan untuk menguji apakah dalam satu model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan

periode t-1 (sebelumnya). Cara yang dilakukan untuk mendeteksi gejala autokorelasi dengan Uji *Durbin Watson* dengan taraf signifikan 5%.

Tabel 4.13
Ketentuan Pengambilan Keputusan Uji Autokorelasi

Hipotesis Nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak	$0 < d < dl$
Tidak ada autokorelasi positif	<i>No desiacion</i>	$dl \leq d \leq du$
Tidak ada autokorelasi negative	Tolak	$4 - dl < d < 4$
Tidak ada autokorelasi negative	<i>No desiacion</i>	$4 - du \leq d \leq 4 - dl$
Tidak ada autokorelasi positif atau negatif	Tidak ditolak	$du < d < 4 - du$

Sumber: Tabel pengambilan keputusan ada tidaknya korelasi

Hasil uji autokorelasi berdasarkan program SPSS 24, yaitu:

Tabel 4.14
Hasil Uji Autokorelasi Persamaan 1

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,556 ^a	,309	,287	1,48467	2,261

a. Predictors: (Constant), Z, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer yang diolah, tahun 2020

Tabel diatas menyatakan jika nilai DW sebesar 2,261, maka untuk mengetahui ada tidaknya autokorelasi, nilai DW tersebut akan dibandingkan dengan nilai DW tabel sebagaiberikut:

Tabel 4.15
Pengambilan Keputusan Hasil Uji Autokorelasi Persamaan 1

DL	DU	4 – DL	4 – DU	DW	Keputusan
1,613	1,736	2,387	2,264	2,261	Tidak ada autokorelasi

Sumber: Data primer yang diolah, tahun 2020

Keterangan:

Nilai DW 2,261 diperoleh dari output Durbin-Watson dengan ketentuan = 5%, dimana n (sampel) = 100 serta k (jumlah variabel independent) = 3.

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai DW sebesar 2,261 berada diantara nilai $DU = 1,736$ dan nilai $4 - DU = 2,264$ ($DU < DW < (4 - DU)$), sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi (persamaan 1) tidak terjadi autokorelasi atau tidak terdapat autokorelasi positif maupun negatif pada data yang diuji.

Tabel 4.16
Hasil Uji Autokorelasi Persamaan 2

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,718 ^a	,516	,506	1,84197	1,782

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Z

Sumber: Data primer yang diolah, tahun 2020

Tabel diatas menyatakan jika nilai DW sebesar 1,782, maka untuk mengetahui ada tidaknya autokorelasi, nilai DW tersebut akan dibandingkan dengan nilai DW tabel sebagaiberikut:

Tabel 4.17
Pengambilan Keputusan Hasil Uji Autokorelasi Persamaan 2

DL	DU	4 - DL	4 - DU	DW	Keputusan
1,634	1,715	2,366	2,285	1,782	Tidak ada autokorelasi

Sumber: Data primer yang diolah, tahun 2020

Keterangan:

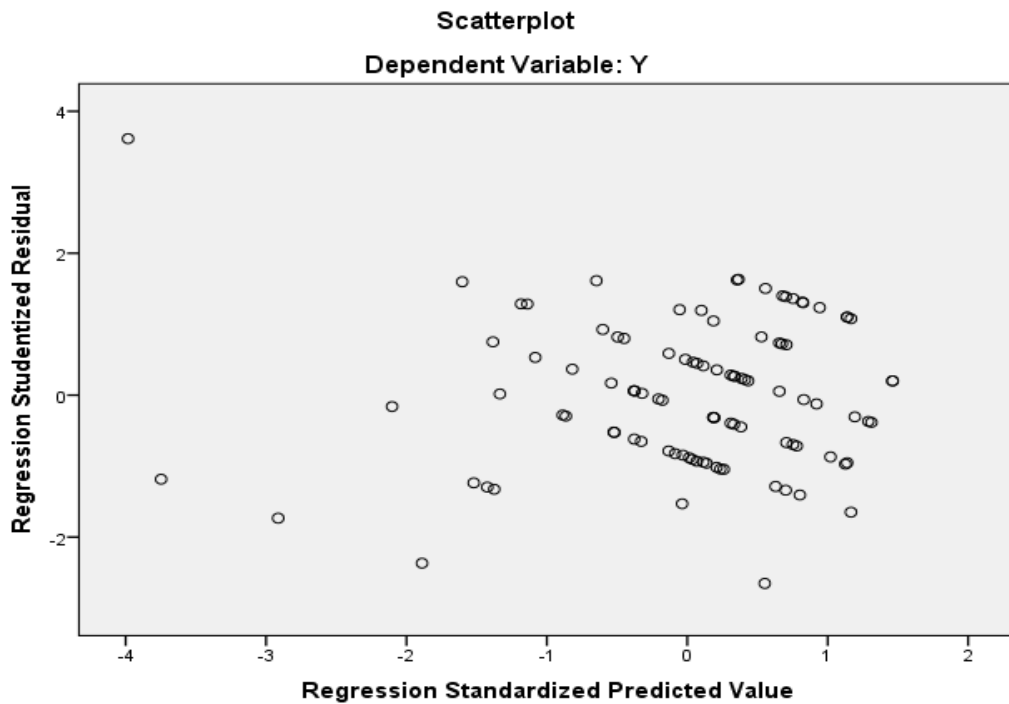
Nilai DW 1,782 diperoleh dari output Durbin-Watson dengan ketentuan = 5%, dimana n (sampel) = 100 serta k (jumlah variabel independent) = 2.

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai DW sebesar 1,782 berada diantara nilai $DU = 1,715$ dan nilai $4 - DU = 2,285$ ($DU < DW < (4 - DU)$), sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi (persamaan 2) tidak terjadi autokorelasi atau tidak terdapat autokorelasi positif maupun negatif pada data yang diuji.

4) Uji Heteroskedastisitas

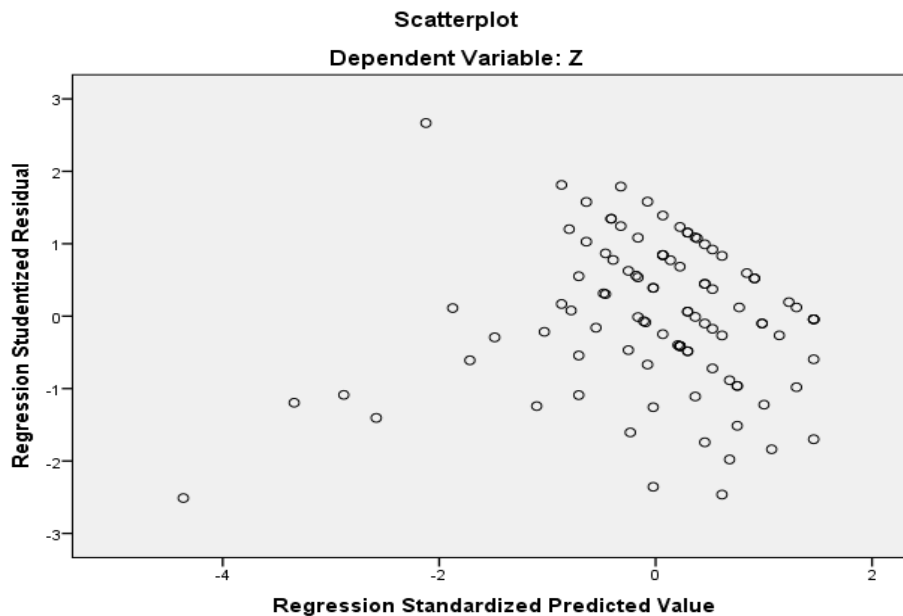
Uji heteroskedastisitas untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dalam penelitian ini, untuk mendeteksi ada tidaknya gejala heteroskedastisitas salah satunya dengan menggunakan uji grafik *plot* yang dihasilkan dari pengolahan data dengan menggunakan program SPSS 24 yang dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

Gambar 4.8
Hasil Uji Heteroskedastisitas Persamaan 1



Sumber: Data primer yang diolah, tahun 2020

Gambar 4.9
Hasil Uji Heteroskedastisitas Persamaan 2



Sumber: Data primer yang diolah, tahun 2020

Tabel 4.18
Hasil Uji Glejser Persamaan 1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,185	,826		3,857	,000
	X1	-,063	,049	-,211	-1,303	,196
	X2	,017	,049	,052	,340	,735
	Z	-,031	,046	-,097	-,681	,497

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Data primer yang diolah, tahun 2020

Tabel 4.19
Hasil Uji Glejser Persamaan 2

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,108	1,032		3,982	,000
	X1	-,043	,058	-,108	-,743	,459
	X2	-,073	,061	-,173	-1,186	,239

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Data primer yang diolah, tahun 2020

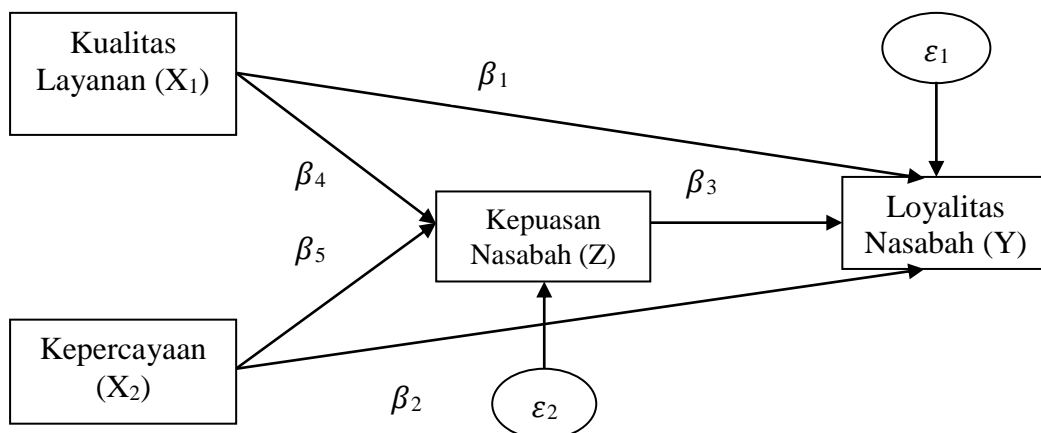
Dari grafik *scatterplot* kedua persamaan di atas memperlihatkan bahwa titik-titik pada grafik tidak bisa membentuk pola tertentu yang jelas, dimana titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga grafik tersebut tidak bisa dibaca dengan jelas. Sedangkan hasil tabel 4.18 dan 4.19 menunjukkan bahwa masing-masing variabel dari kedua persamaan uji glejser tersebut memiliki nilai probabilitas yang lebih besar dari nilai alpha ($\text{Sig} > 0,05$). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kedua model regresi tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas.

B. Pembuktian Hipotesis

1. Uji Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Pembuktian hipotesis dilakukan dengan melakukan analisis jalur (*path analysis*). Analisis jalur digunakan untuk mengetahui pengaruh kemampuan kualitas layanan dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah melalui variabel kepuasan nasabah. Dalam analisis ini menggunakan skema kerangka analisis sebagai berikut:

Gambar 4.10
Skema Kerangka Analisis Jalur



Untuk menentukan β_1, β_2 , dan β_3 dapat dilihat dari koefisien *standardized* hasil analisis regresi ganda dengan variabel bebas kualitas layanan (X_1), kepercayaan (X_2), dan kepuasan nasabah (Z) terhadap loyalitas nasabah (Y), sedangkan untuk menentukan β_4 , dan β_5 dapat dilihat dari koefisien *standardized* hasil analisis regresi dengan variabel bebas kualitas layanan (X_1) dan kepercayaan (X_2) terhadap kepuasan nasabah (Z).

Tabel 4.20
Hasil Regresi Persamaan 1
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8,492	1,466		5,792	,000
	X1	,312	,087	,500	3,603	,001
	X2	-,169	,087	-,255	-1,935	,056
	Z	,191	,082	,285	2,336	,022

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer yang diolah, tahun 2020

Bedasarkan hasil analisis jalur pada tabel tersebut diperoleh koefisien variabel kualitas layanan (X_1) = 0,500, kepercayaan (X_2) = -0,255, dan kepuasan nasabah (Z) = 0,285.

Tabel 4.21
Hasil Regresi Model Summary Persamaan 1
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,556 ^a	,309	,287	1,48467

a. Predictors: (Constant), Z, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer yang diolah, tahun 2020

Dari hasil analisis tersebut diperoleh koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,309. Koefisien determinasi itu selanjutnya digunakan untuk menghitung nilai

residual analisis regresi dengan formula residual $\varepsilon_1 = \sqrt{1 - R^2}$, perhitungan nilai residual sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \varepsilon_1 &= \sqrt{1 - R^2} \\ &= \sqrt{1 - 0,309} \\ &= \sqrt{0,691} \\ &= 0,8312 \end{aligned}$$

Tabel 4.22
Hasil Regresi Persamaan 2
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,642	1,757		2,642	,010
	X1	,432	,098	,465	4,409	,000
	X2	,299	,104	,303	2,873	,005

a. Dependent Variable: Z

Sumber: Data primer yang diolah, tahun 2020

Bedasarkan hasil regresi pada tabel tersebut diperoleh koefisien variabel kualitas layanan (X1) = 0,465 dan kepercayaan (X2) = 0,303.

Tabel 4.23
Hasil Regresi Model Summary Persamaan 2
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,718 ^a	,516	,506	1,84197

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Z

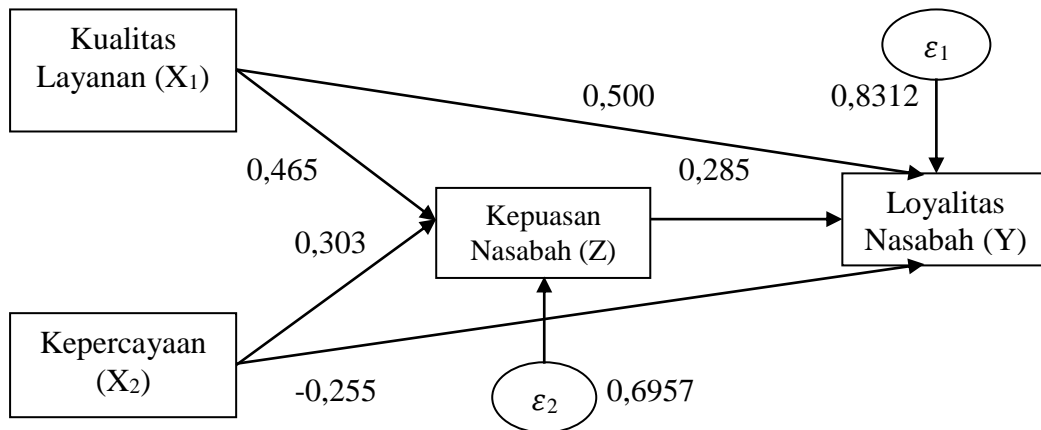
Sumber: Data primer yang diolah, tahun 2020

Dari hasil analisis tersebut diperoleh koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.516. Koefisien determinasi itu selanjutnya digunakan untuk menghitung nilai residual analisis regresi dengan formula residual $\varepsilon_2 = \sqrt{1 - R^2}$, perhitungan nilai residual sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \varepsilon_2 &= \sqrt{1 - R^2} \\ &= \sqrt{1 - 0,516} \\ &= \sqrt{0,484} \\ &= 0,6957 \end{aligned}$$

Dari perhitungan di atas, model hubungan kausal variabelbebas terhadap variabel terikat dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 4.11
Diagram Jalur Hubungan Kausal Persamaan 1 dan Persamaan 2



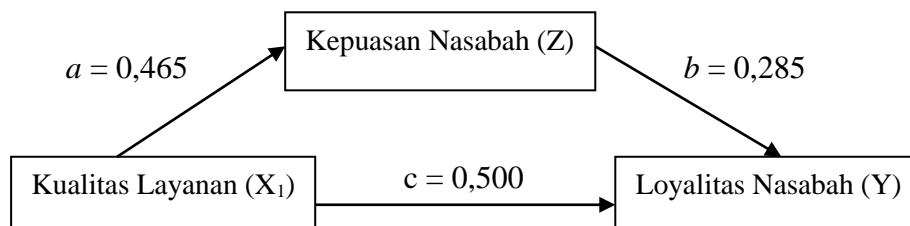
a) Mendeteksi Pengaruh Kepuasan Nasabah dalam Memediasi Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah

Persamaan struktural analisis jalur model 1 yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 Z + \varepsilon_1$$

$$Y = 0,500 X_1 - 0,255 X_2 + 0,285 Z$$

Gambar 4.12
Analisis Jalur (X₁ ke Y)



Berdasarkan gambar di atas kualitas layanan mempunyai hubungan langsung dengan loyalitas nasabah (c). Namun, kualitas layanan mempunyai hubungan tidak langsung ke loyalitas nasabah yaitu dari kualitas layanan ke kepuasan nasabah (a) kemudian kepuasan nasabah ke loyalitas nasabah (b). Total pengaruh hubungan dari kualitas layanan ke loyalitas nasabah sama dengan pengaruh langsung (c) ditambah pengaruh tidak langsung ($a \times b$).

$$\begin{aligned}
 \text{Pengaruh langsung } X_1 \text{ ke } Y \text{ (c)} &= 0,500 \\
 \text{Pengaruh tidak langsung } X_1 \text{ ke } Y \text{ (} a \times b \text{)} &= 0,465 \times 0,285 \\
 &= 0,132525 \\
 \text{Total pengaruh } X_1 \text{ ke } Y &= 0,500 + 0,132525 \\
 &= 0,632525
 \end{aligned}$$

Pengaruh mediasi yang ditunjukkan oleh perkalian koefisien ($a \times b$) sebesar 0,132525 signifikan atau tidak, diuji dengan Sobel test sebagai berikut.

$$\begin{aligned}
 sab &= \sqrt{b^2sa^2 + a^2sb^2 + sa^2sb^2} \\
 &= \sqrt{(0,285)^2(0,098)^2 + (0,465)^2(0,082)^2 + (0,098)^2(0,082)^2} \\
 &= \sqrt{0,0007800849 + 0,0014538969 + 0,0000645773} \\
 &= \sqrt{0,0022985591} \\
 &= 0,047943
 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil sab maka dapat menghitung nilai t statistik pengaruh mediasi dengan rumus sebagai berikut.

$$t = \frac{ab}{sab} = \frac{0,132525}{0,047943} = 2,76422$$

Hasil uji diatas akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} . Nilai t_{tabel} diperoleh dari $df = n$ (jumlah sampel) – k (jumlah variabel), $df = 100 - 3 = 97$ dan taraf

signifikansi sebesar 0,05 diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,984. Nilai t_{hitung} 2,76422 lebih besar dari t_{tabel} 1,984, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh mediasi. Kepuasan nasabah memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah.

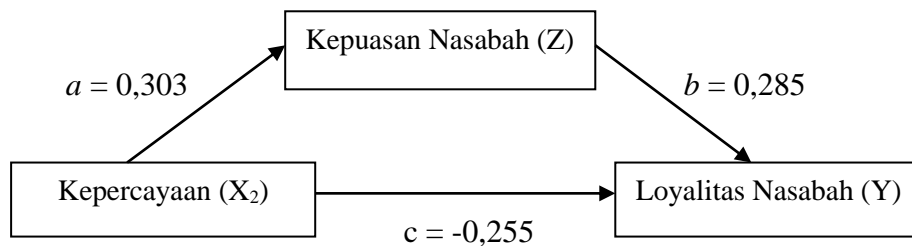
b) Medeteksi Pengaruh Kepuasan Nasabah dalam Memediasi Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah

Persamaan struktural analisis jalur model 2 yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Z = \alpha + \beta_4 X_1 + \beta_5 X_2 + \varepsilon_2$$

$$Z = 0,465 X_1 + 0,303 X_2$$

Gambar 4.13
Analisis Jalur (X₂ ke Y)



Berdasarkan gambar di atas kepercayaan mempunyai hubungan langsung dengan loyalitas nasabah (c). Namun, kepercayaan mempunyai hubungan tidak langsung ke loyalitas nasabah yaitu dari kepercayaan ke kepuasan nasabah (a) kemudian kepuasan nasabah ke loyalitas nasabah (b). Total pengaruh hubungan dari kepercayaan ke loyalitas nasabah sama dengan pengaruh langsung (c) ditambah pengaruh tidak langsung ($a \times b$).

$$\text{Pengaruh langsung } X_2 \text{ ke } Y (c) = -0,255$$

$$\text{Pengaruh tidak langsung } X_2 \text{ ke } Y (a \times b) = 0,303 \times 0,285$$

$$= 0,086355$$

$$\begin{aligned} \text{Total pengaruh } X_2 \text{ ke } Y &= -0,255 + 0,086355 \\ &= -0,168645 \end{aligned}$$

Pengaruh mediasi yang ditunjukkan oleh perkalian koefisien ($a \times b$) sebesar 0,086355 signifikan atau tidak, diuji dengan Sobel test sebagai berikut.

$$\begin{aligned} sab &= \sqrt{b^2sa^2 + a^2sb^2 + sa^2sb^2} \\ &= \sqrt{(0,285)^2(0,104)^2 + (0,303)^2(0,082)^2 + (0,104)^2(0,082)^2} \\ &= \sqrt{0,0008785296 + 0,0006173237 + 0,0000727268} \\ &= \sqrt{0,0015685801} \\ &= 0,039605 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil sab maka dapat menghitung nilai t statistik pengaruh mediasi dengan rumus sebagai berikut.

$$t = \frac{ab}{sab} = \frac{0,086355}{0,039605} = 2,1804$$

Hasil uji diatas akan dibandingkan dengan nilai t_{tabel} . Nilai t_{tabel} diperoleh dari $df = n$ (jumlah sampel) – k (jumlah variabel), $df = 100 - 3 = 97$ dan taraf signifikansi sebesar 0,05 diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,984. Nilai t_{hitung} 2,1804 lebih besar dari t_{tabel} 1,984, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh mediasi. Kepuasan nasabah memediasi pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah.

2. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Uji F dilakukan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat.

Nilai F_{hitung} akan dibandingkan dengan F_{tabel} dengan tingkat kesalahan $\alpha = 5\%$ dan derajat kebebasan $(df) = (k-1), (n-k)$. Dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka variabel bebas tidak berpengaruh pada variabel terikat;
- Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka variabel bebas berpengaruh pada variabel terikat.

Tabel 4.24
Hasil Uji F Persamaan 1

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	94,551	3	31,517	14,298	,000 ^b
	Residual	211,609	96	2,204		
	Total	306,160	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), Z, X2, X1

Sumber: Data primer yang diolah, tahun 2020

Hasil uji F persamaan 1 diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 14,298 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000, sedangkan nilai F_{tabel} sebesar 2,699. Hal ini berarti bahwa nilai $F_{hitung} 14,298 > F_{tabel} 2,699$ dan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$, sehingga keputusannya yaitu variabel kualitas layanan (X_1), kepercayaan (X_2), dan kepuasan nasabah (Z) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y) pada BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan.

Tabel 4.25
Hasil Uji F Persamaan 2

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	351,003	2	175,502	51,727	,000 ^b
	Residual	329,107	97	3,393		
	Total	680,110	99			

a. Dependent Variable: Z

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Data primer yang diolah, tahun 2020

Hasil uji F tersebut diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 51,727 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000, sedangkan nilai F_{tabel} sebesar 3,090. Hal ini berarti bahwa nilai F_{hitung} $51,727 > F_{tabel}$ 3,090 dan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$, sehingga keputusannya yaitu variabel kualitas layanan (X_1) dan kepercayaan (X_2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan.

3. Uji Signifikan Individual (Uji T)

Uji t digunakan pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variabel terikat, dengan $\alpha = 0,05$ dan pengambilan keputusan:

- Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka variabel bebas secara parsial tidak berpengaruh pada variabel terikat;
- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka variabel bebas secara pasial berpengaruh pada variabel terikat.

Tabel 4.26
Hasil Uji t Persamaan 1

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8,492	1,466		5,792	,000
X1	,312	,087	,500	3,603	,001
X2	-,169	,087	-,255	-1,935	,056
Z	,191	,082	,285	2,336	,022

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer yang diolah, tahun 2020

Tabel 4.26 analisis uji t persamaan 1, pengaruh masing-masing variabel dapat dijelaskan sebagai berikut:

Variabel kualitas layanan (X_1) diperoleh t_{hitung} sebesar 3,603 dengan taraf sig. 0,001. Nilai t_{tabel} untuk model regresi diatas yaitu 1,984. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 3,603 > t_{tabel} 1,984$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Variabel kepercayaan (X_2) diperoleh t_{hitung} sebesar -1,935 dengan taraf sig. 0,056. Nilai t_{tabel} untuk model regresi diatas adalah 1,984. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikan $0,056 > 0,05$ dan nilai $t_{hitung} -1,935 < t_{tabel} 1,984$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Variabel kepuasan nasabah (Z) diperoleh t_{hitung} sebesar 2,336 dengan taraf sig. 0,022. Nilai t_{tabel} untuk model regresi diatas adalah 1,984. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikan $0,022 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 2,336 < t_{tabel} 1,984$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Tabel 4.27
Hasil Uji t Persamaan 2

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,642	1,757		2,642	,010
	X1	,432	,098	,465	4,409	,000
	X2	,299	,104	,303	2,873	,005

a. Dependent Variable: Z

Sumber: Data primer yang diolah, tahun 2020

Tabel 4.27 analisis uji t persamaan 2, pengaruh masing-masing variabel dapat dijelaskan sebagai berikut:

Variabel kualitas layanan (X_1) diperoleh t_{hitung} sebesar 4,409 dengan taraf sig. 0,000. Nilai t_{tabel} untuk model regresi diatas yaitu 1,984. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 4,409 > t_{tabel} 1,984$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Variabel kepercayaan (X_2) diperoleh t_{hitung} sebesar 2,873 dengan taraf sig. 0,005. Nilai t_{tabel} untuk model regresi diatas adalah 1,984. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikan $0,005 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 2,873 > t_{tabel} 1,984$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independen dalam menerangkan variabel dependen dengan melihat *Adjust R Square*. Berikut hasil koefisien determinasi:

Tabel 4.28
Hasil Koefisien Determinasi Persamaan 1

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,556 ^a	,309	,287	1,48467

a. Predictors: (Constant), Z, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer yang diolah, tahun 2020

Hasil analisis data persamaan 1 terlihat bahwa besarnya *Adjust R Square* adalah 0,287 atau 28,7%. Hal ini berarti sebesar 28,7% kemampuan model regresi persamaan 1 pada penelitian ini dalam menerangkan variabel dependen. Artinya 28,7% variabel loyalitas nasabah dijelaskan oleh variasi variabel independen yang terdiri atas kualitas layanan, kepercayaan, dan kepuasan

nasabah. Sedangkan, sisanya ($100\% - 28,7\% = 71,3\%$) dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diperhitungkan dalam analisis penelitian ini.

Tabel 4.29
Hasil Koefisien Determinasi Persamaan 2

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,718 ^a	,516	,506	1,84197

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Z

Sumber: Data primer yang diolah, tahun 2020

Hasil analisis data persamaan 2 terlihat bahwa besarnya *Adjust R²* adalah 0,506 atau 50,6%. Hal ini berarti sebesar 50,6% kemampuan model regresi persamaan 2 pada penelitian ini dalam menerangkan variabel dependen. Artinya 50,6% variabel kepuasan nasabah dijelaskan oleh variasi variabel independen yang terdiri atas kualitas layanan dan kepercayaan. Sedangkan, sisanya ($100\% - 50,6\% = 49,4\%$) dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diperhitungkan dalam analisis penelitian ini.

C. Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah

Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} kualitas layanan (X_1) terhadap loyalitas nasabah (Y) menunjukkan nilai sebesar 3,603 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001. Dimana $0,001 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 3,603 > t_{tabel} 1,984$ sehingga menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y) di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas layanan yang diberikan BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan kepada nasabah, maka akan

semakin meningkatkan loyalitas nasabahnya. Sehingga hipotesis pertama (H₁) yang menyatakan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan dapat diterima.

Layanan yang baik merupakan salah satu syarat utama dalam lembaga keuangan untuk mendapatkan nasabah baru dan melayani nasabah yang sudah ada. Menurut Zeithmal sebagaimana dikutip oleh Fajar Laksana menyatakan bahwa kualitas layanan diartikan sebagai penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh dan besarnya antara perbedaan harapan atau keinginan konsumen dengan tingkat persepsi konsumen.⁹ Lembaga keuangan yang mampu memberikan layanan yang baik kepada nasabah memiliki peluang yang lebih besar untuk mendapatkan nasabah yang loyal terhadap bank.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ismerelda dan Ruzikna menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah bisnis perbankan.¹⁰ Kualitas layanan yang baik akan mendorong nasabah untuk melakukan transaksi ulang sehingga menimbulkan loyalitas. Semakin baik kualitas layanan yang diberikan maka akan semakin tinggi loyalitas nasabah. Sebaliknya semakin rendah kualitas layanan akan semakin rendah pula loyalitas nasabah terhadap bank.

2. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah

Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} kepercayaan (X₂) terhadap loyalitas nasabah (Y) menunjukkan nilai sebesar -1,935 dengan nilai

⁹ Fajar Laksana, *Manajemen Pemasaran*, hlm. 88.

¹⁰ Ismerelda dan Ruzikna, hlm., 10.

signifikansi sebesar 0,056. Dimana $0,056 > 0,05$ dan nilai $t_{hitung} -1,935 < t_{tabel} 1,984$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel kepercayaan (X_2) tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y) di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan. Dengan demikian hipotesis kedua (H_2) yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan ditolak.

Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Mulyo Budi Setiawan dan Ukudi yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.¹¹ Akan tetapi penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fasochah dan Harnoto yang menyatakan bahwa kepercayaan tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.¹²

Kepercayaan yang tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah karena tingkat kepercayaan nasabah yang diinginkan tidak mungkin didapatkan dengan mudah dan dapat disebabkan oleh beberapa faktor seperti terjadi pelanggaran atau penolakan, tidak saling menghargai, membedakan antar nasabah satu dengan yang lain dan beberapa faktor lainnya.

Beberapa nasabah yang bertransaksi baik untuk menabung atau memperoleh pembiayaan di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan rata-rata bukan didasari oleh rasa kepercayaan, melainkan mereka kembali bertransaksi di bank tersebut didasari oleh kebutuhan mereka, nasabah yang butuh bukan berarti mereka memiliki kepercayaan sepenuhnya. Selain itu, terdapat nasabah memilih BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan karena saran atau ajakan teman. Hal ini mengindikasikan bahwa loyalitas tidak didapatkan oleh pengalaman sendiri

¹¹ Mulyo Budi Setiawan dan Ukudi, hlm., 225.

¹² Fasochah dan Harnoto, hlm., 19.

melainkan karena pengalaman yang dirasakan orang lain sehingga jika terjadi hal-hal yang kurang sesuai dengan harapan nasabah bisa menimbulkan kurangnya rasa kepercayaan terhadap bank.

3. Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah

Berdasarkan pengujian t_{hitung} pada nilai koefisien sebesar 2,336 dengan tingkat signifikan $0,022 < 0,05$ dan $t_{hitung} 2,336 > t_{tabel} 1,984$. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Sehingga hipotesis kelima (H_3) yang menyatakan bahwa kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan diterima.

Nasabah yang puas akan cenderung loyal, karena yang diharapkan oleh nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan telah sesuai dengan harapan mereka, seperti kinerja karyawan yang tanggap, cepat dan selalu membantu nasabah jika nasabah membutuhkan bantuan. Ketika nasabah merasa puas terhadap produk/jasa yang diberikan oleh bank maka sangat besar kemungkinan bagi nasabah untuk melakukan pembelian ulang. Menurut Engel sebagaimana dikuti oleh Fandy Tjiptono bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan.¹³

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fasochah dan Harnoto yang menyatakan kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.¹⁴ Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Rachmad

¹³ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa*, hlm. 354.

¹⁴ Fasochah dan Harnoto, hlm. 19.

Hidayat yang menyatakan kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.¹⁵ Hal ini berarti bahwa semakin puas nasabah terhadap layanan bank maka nasabah akan semakin merasa loyal terhadap produk atau layanan bank tersebut.

4. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Nilai t_{hitung} variabel kualitas layanan (X_1) terhadap kepuasan nasabah (Z) menunjukkan nilai sebesar 4,409 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Dimana $0,000 < 0,05$ dan nilai t_{hitung} $4,409 > t_{tabel}$ 1,984 sehingga menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Z) di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan.

Artinya, nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan merasa puas dengan kualitas layanan yang baik yang diberikan oleh bank, seperti pelayanan yang tepat, cepat, dan tanggap dalam menangani keluhan nasabah, karyawan yang ramah, sopan dan baik kepada nasabah, serta memiliki fasilitas yang memadai seperti ruangan yang bersih, nyaman, dan karyawan yang berpenampilan rapi. Hubungan kualitas layanan dan kepuasan nasabah tidak terlepas dari kreativitas layanan perbankan itu sendiri. Untuk mewujudkan suatu layanan perbankan yang berkualitas yang berakhir pada kepuasan nasabah, maka bank harus mampu mengidentifikasi siapa nasabahnya sehingga mampu memahami tingkat persepsi dan harapan nasabah terhadap kualitas layanan.

Dengan demikian penelitian ini menunjukkan bahwa jika kualitas layanan pada BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan baik maka kepuasan nasabah juga akan meningkat secara signifikan. Sehingga hipotesis ketiga (H_4) yang

¹⁵ Rachmad Hidayat, hlm. 68.

menyatakan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan diterima.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Rachmad Hidayat yang menyatakan semakin baik kualitas layanan yang diberikan maka nasabah semakin merasa puas terhadap layanan tersebut.¹⁶ Penelitian ini sesuai dengan pendapat Lovelock bahwa kualitas layanan menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen, dengan kualitas yang bersifat rendah maka dapat menimbulkan kerugian pada sebuah perusahaan, yang berpotensi dapat membuat pelanggan yang tidak puas. Sebaliknya jika kualitas bersifat tinggi maka dapat menimbulkan pelanggan menjadi puas.¹⁷

5. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah

Nilai t_{hitung} variabel kepercayaan (X_2) terhadap kepuasan nasabah (Z) menunjukkan nilai sebesar 2,873 dengan nilai signifikansi sebesar 0,005. Dimana $0,005 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 2,873 > t_{tabel} 1,984$. Sehingga menunjukkan bahwa variabel kepercayaan (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Z) di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan. Dengan demikian hipotesis keempat (H_5) yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan diterima.

Dengan demikian semakin tinggi kepercayaan nasabah terhadap BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan maka akan dapat meningkatkan kepuasan. Kepercayaan timbul ketika harapan yang dipegang oleh nasabah bahwa ucapan karyawan dapat diandalkan, seperti kejujuran dari pihak bank, keadilan yang

¹⁶ Rachmad Hidayat, hlm. 64.

¹⁷ Christopher Lovelock, *Pemasaran Jasa: Manusia, Teknologi, Strategi*, hlm. 152.

diberikan kepada nasabah, dan bertanggung jawab, maka nasabah merasa puas dengan kepercayaan yang telah diberikan kepada mereka.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Lynawati yang menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.¹⁸ Penelitian ini sesuai dengan pendapat Fornel sebagaimana dikutip oleh Kotler yang secara implisit menyatakan pentingnya aspek kepercayaan dalam mendukung kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah telah menjadi konsep sentral dalam teori dan praktek pemasaran, serta merupakan salah satu tujuan esensial bagi aktivitas bisnis.¹⁹ Berdasarkan teori tersebut maka dapat dijelaskan bahwa kepuasan nasabah harus dapat diwujudkan agar aktivitas bisnis dapat terus berjalan dan mencapai tujuannya. Salah satu upaya untuk mewujudkan hal tersebut yaitu melalui kepercayaan. Nasabah yang memiliki kepercayaan tinggi terhadap bank akan lebih mudah terpuaskan. Sejalan dengan itu, kepercayaan yang mendukung kepuasan juga akan berdampak positif terhadap kelangsungan hubungan antara lembaga keuangan dengan nasabah dalam jangka waktu yang panjang.

6. Pengaruh Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening

Berdasarkan hasil uji *path analysis* pengaruh variabel kualitas layanan (X_1) terhadap loyalitas nasabah (Y) melalui kepuasan nasabah (Z) diperoleh $t_{hitung} 2,7642 < t_{tabel} 1,984$ dengan tingkat signifikansi 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh mediasi. Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan dapat diketahui nilai pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah yang

¹⁸ Lynawati, hlm. 65.

¹⁹ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, hlm. 158.

semula bernilai 50% nilainya mengalami peningkatan menjadi 63,2% setelah adanya variabel kepuasan nasabah yang menjadi variabel mediasi. Sehingga dapat dikatakan bahwa (H_6) kualitas layanan (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y) melalui kepuasan nasabah (Z) diterima.

Artinya, nasabah BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan merasa kualitas layanan yang diberikan telah sesuai dengan harapan mereka. Nasabah yang merasakan kepuasan dari pelayanan yang diberikan bank, maka nasabah tersebut akan membalas perilaku bank tersebut dengan menunjukkan loyalitas seperti pembelian ulang, merekomendasikan kepada orang lain, berkata positif mengenai bank tersebut serta akan setia terhadap BPRS Bhakti Sumekar Cabang Pamekasan.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh oleh Muslimah dan Murti menunjukkan bahwa kepuasan mampu memediasi kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah.²⁰ Hal ini mengidentifikasi bahwa kepuasan nasabah mempunyai peranan penting dalam mendukung nasabah agar loyal terhadap bank. Penelitian ini sesuai dengan pendapat Robbins dan Judge yang menjelaskan bahwa sikap seseorang dibentuk dari tiga komponen yaitu, *kognitif* (evaluasi), *afektif* (perasaan), dan perilaku atau tindakan.²¹ Dapat dikatakan bahwa persepsi nasabah terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh bank akan memunculkan perasaan puas atau *kognitif* terhadap bank tersebut yang akan berujung pada kesediaan nasabah untuk merekomendasikan kepada orang lain dan melakukan

²⁰ Emiliawati Muslimah dan Murti Wahyu, "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Tanda 360 Bank OCBC NISP Cabang Harco Mangga Dua." *Jurnal Manajemen*, 2 (Oktober, 2017), hlm., 31.

²¹ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: Kencana, 2008), 140.

pembelian ulang jika nasabah tersebut merasa puas terhadap produk atau jasa dari bank.

7. Pengaruh Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Melalui Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening

Pada hasil uji *path analysis* variabel kepercayaan (X_2) terhadap loyalitas nasabah (Y) melalui kepuasan nasabah (Z) diperoleh $t_{hitung} 2,1804 > t_{tabel} 1,984$ dengan tingkat signifikansi 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh mediasi. Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan dapat diketahui nilai pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah yang semula bernilai -25,5% nilainya mengalami peningkatan menjadi -16,87% setelah adanya variabel kepuasan nasabah yang menjadi variabel mediasi. Sehingga dapat dikatakan bahwa (H_7) kepercayaan (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y) melalui kepuasan nasabah (Z) diterima.

Dengan adanya karyawan yang teliti, menyampaikan informasi yang jelas dan benar, serta bijak dan adil dalam pengambilan keputusan, maka nasabah merasa bank adalah pilihan yang tepat. Nasabah merasa kinerja bank tersebut sesuai dengan harapannya. Apabila bank telah memenuhi nasabah sesuai dengan harapan yang diinginkan maka nasabah akan merasa puas. Kepuasan tersebut selanjutnya akan mempengaruhi loyalitas nasabah yang mendorong nasabah untuk merekomendasikan kepada orang lain, menggunakan jasa lain yang ditawarkan serta tidak terpengaruh dengan pihak lain, sehingga kepercayaan terhadap loyalitas akan lebih tinggi pengaruhnya karena adanya kepuasan.

Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan Lynawati yang menunjukkan bahwa kepuasan mampu memediasi kepercayaan terhadap loyalitas

nasabah.²² Penelitian ini sesuai dengan pendapat Barnes yang menyatakan bahwa kepercayaan melibatkan kesediaan seseorang untuk bertindak laku tertentu karena keyakinan bahwa mitranya akan memberikan apa yang ia harapkan dan suatu harapan yang umumnya dimiliki seseorang bahwa kata, janji atau pernyataan orang lain dapat dipercaya.²³ Membangun hubungan dengan nasabah tercipta melalui satu proses, melalui rasa kepercayaan yang tinggi, dimana setiap komitmen yang dibuat dengan nasabah harus dipenuhi. Apabila bank tidak mampu membina dan mempertahankan kepercayaan nasabah, maka sulit bagi bank untuk mengembalikan kepercayaan. Oleh karena itu, bank harus selalu membina komunikasi dengan nasabah dan selalu berusaha untuk memuaskannya sehingga jika nasabah percaya terhadap bank maka akan merasa puas dan bisa berakibat tumbuhnya loyalitas dari nasabah tersebut.

²² Lynawati, hlm. 65.

²³ Barnes, J., *Secret of Customer Relationship Management: Rahasia Manajemen Hubungan Pelanggan* (Yogyakarta: ANDI, 2003), hlm. 148.