

BAB IV

DESKRIPSI, PEMBUKTIAN HIPOTESIS DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

1. Sejarah Bank Syariah Indonesia

Bank Syariah Indonesia (BSI) merupakan bank milik negara yang mengoperasikan layanan serta menawarkan produk keuangan berdasarkan prinsip syariah. Penggabungan tersebut merupakan bagian dari upaya pemerintah Indonesia untuk memperkuat industri perbankan syariah dan mendorong inklusi keuangan. Sebagai bank syariah, BSI beroperasi berdasarkan konsep profit and risk sharing, menghindari transaksi berbasis bunga, dan mengedepankan tanggung jawab sosial. BSI memiliki layanan ATM yang tersebar di berbagai jaringan cabang seluruh Indonesia dan melayani nasabah individu maupun korporasi.

Kehadiran BSI sebagai bank syariah terbesar di Indonesia ternyata menjawab tantangan pengembangan keuangan syariah dari OJK. Sejak 2016 silam, OJK telah menyiapkan roadmap terkait pengembangan keuangan syariah di Indonesia. Pada 2019 OJK mulai mendorong agar bank syariah dan unit usaha syariah milik pemerintah berkonsolidasi dengan melakukan merger perbankan.

Pada 2 Juli 2023 Menteri Badan Usaha Milik Negara (BUMN), Erick Thohir mengungkapkan rencananya untuk menggabungkan bank-bank syariah milik BUMN, yakni BRI Syariah, BNI Syariah, Mandiri Syariah, dan BTN Syariah. Beberapa bulan kemudian, pemerintah secara resmi mengumumkan rencana merger dari tiga bank syariah Himbara, yakni Mandiri, BRI, dan BNI Syariah.

Pada 11 Desember 2020, konsolidasi tiga bank Himbara menetapkan PT Bank Syariah Indonesia Tbk sebagai nama perusahaan hasil merger bank syariah. Setelah surat izin dari OJK terbit pada 27 Januari 2021, Presiden Jokowi meresmikan Bank Syariah Indonesia (BSI) pada 1 Februari 2021. Komposisi pemegang saham BSI adalah: PT Bank Mandiri (Persero) Tbk 50,83%, PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk 24,85%, dan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk 17,25%. Sisanya adalah pemegang saham yang masing-masing di bawah 5%.

BSI KC Pamekasan merupakan salah satu kantor cabang BSI yang ada di Indonesia. Yang pada awalnya merupakan kantor cabang Bank Syariah Mandiri (BSM) Pamekasan yang beralamatkan di Jl. KH Agus Salim No.3A, Rw. 07, Barurambat Kota, Kec. Pamekasan, Kabupaten Pamekasan, Jawa Timur 69317. BSM merupakan salah satu bank yang melakukan merger dengan bank himbara lainnya dan merupakan pemegang saham terbanyak dalam hal kepemilikan saham BSI. Dari perubahan nama BSM menjadi BSI KC Pamekasan sampai sekarang sudah melintang di dunia perbankan syariah sekitar 3 tahun.

BSI merupakan ikhtiar atas lahirnya bank syariah kebanggaan umat yang diharapkan menjadi energi baru untuk pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi dalam kesejahteraan masyarakat luas. Selain itu, BSI juga menjadi cermin perbankan syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (Rahmatan Lil 'Aalamiin).⁹⁷ Berikut ini visi dan misi Bank Syariah Indonesia:

⁹⁷ Tempo.co, *Profil BSI, Sejarah Merger dan Cita-Cita Jadi Bank Syariah Terbesar*, <https://bisnis.tempo.co/read/1724572/profil-bsi-sejarah-merger-dan-cita-cita-jadi-bank-syariah-terbesar>, Diakses Pada Tanggal 15 Desember 2023, Pukul 13:35

a. Visi

TOP 10 GLOBAL ISLAMIC BANK

b. Misi

- 1) Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia. Melayani >20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan aset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025.
- 2) Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham. Top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2).
- 3) Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia. Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.⁹⁸

2. Produk Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Pamekasan

a. Produk tabungan BSI KC Pamekasan

1) Tabungan Easy Wadiah

Tabungan Easy Wadiah adalah tabungan yang menggunakan skema penitipan. Maksudnya penitipan adalah nasabah bertindak sebagai penitip dana dan memberikan amanah kepada pihak bank untuk memanfaatkan dana tersebut. Selain itu, pada tabungan wadiah, tidak ada perjanjian pemberian bonus. Namun, pihak bank bisa saja memberikan insentif secara sukarela tanpa melalui kesepakatan.

⁹⁸ Bank Syariah Indonesia, *Visi dan Misi*, https://ir.bankbsi.co.id/vision_mission.html, Diakses Pada Tanggal 31 Desember 2023, Pukul 11:52

Artinya, tabungan wadiah tidak ditujukan untuk menambah nilai tabungan, tapi hanya menabung saja.

2) Tabungan Easy Mudharabah

Tabungan Easy Mudharabah adalah tabungan yang memiliki skema kerja sama antara nasabah dan pihak bank. Nasabah tidak hanya sebatas menitipkan dana saja, tetapi juga mengizinkan pihak bank untuk mengelolanya demi mencapai keuntungan. Keuntungan tersebut dibagi kepada pihak bank dan nasabah sesuai dengan kontraknya. Keuntungan atau laba tersebut bisa dibagikan dalam periode tertentu sesuai perjanjian, bisa bulanan maupun tahunan. Namun, jika bank mengalami kerugian saat mengelola uang tersebut, kerugian akan ditanggung penuh oleh bank. Dari pengertian tersebut diketahui bahwa mudharabah memiliki motif untuk investasi dana.

3) BSI TabunganKu

Sama dengan tabungan bank-bank lainnya, Bank BSI juga memiliki produk TabunganKu. Produk ini diluncurkan untuk nasabah perorangan dengan syarat yang mudah dan ringan. Kemudahan tersebut diharapkan mampu meningkatkan budaya menabung di semua kalangan masyarakat.

4) Tabungan Pensiun

Sesuai dengan namanya, Tabungan Pensiun merupakan produk tabungan Bank Syariah Indonesia yang diperuntukan bagi nasabah perorangan untuk mempersiapkan masa tua mereka. Dana nasabah akan diserahkan ke Lembaga Pengelola Pensiun yang telah bekerjasama dengan Bank BSI.⁹⁹

⁹⁹ Lifepal, *Tabungan BSI, Jenis dan Cara Buka Rekening*, <https://lifepal.co.id/media/tabungan-bank-syariah-indonesia/>, Diakses Pada Tanggal 31 Desember 2023, Pukul 11:56

5) BSI Tabungan Haji Indonesia

Lewat jenis tabungan BSI ini akan mewujudkan niat suci nasabah ke Baitullah. Tabungan perencanaan haji dan umroh berlaku untuk seluruh usia berdasarkan prinsip syariah dengan akad Wadiah dan Mudharabah. Tabungan haji ini tidak dikenakan biaya administrasi bulanan dan dilengkapi fasilitas kartu ATM dan fasilitas E-Channel apabila telah terdaftar di Siskohat (mendapat porsi). Pembukaan dan pelunasan juga bisa dilakukan secara online minimal usia 12 tahun.

6) BSI Tabungan Bisnis

Tabungan dengan akad Mudharabah Muthlaqah dalam mata uang rupiah yang dapat memudahkan transaksi wiraswasta dengan limit transaksi harian yang lebih besar. Menyediakan fitur free biaya RTGS, transfer SKN, dan setoran kliring masuk melalui Teller dan Net Banking apabila memiliki minimal saldo sebelum transaksi sebesar Rp10 juta. Setoran awal pembukaan jenis tabungan BSI bisnis sebesar Rp1 juta.

7) BSI Tabungan Efek Syariah

Tabungan Efek Syariah dengan akad Mudharabah Muthlaqah merupakan Rekening Dana Nasabah (RDN) untuk nasabah perorangan saat melakukan transaksi efek di Pasar Modal. Tidak ada biaya administrasi, setoran minimum, dan saldo minimum.

8) BSI Tabungan Pendidikan

Orang tua dapat merencanakan pendidikan buah hati sejak dini dengan akad Mudharabah Muthlaqah dengan sistem autodebet dan mendapat perlindungan asuransi. Keunggulan tabungan pendidikan, yaitu mendapat bagi hasil yang kompetitif setara deposito konter. Selain itu mendapat perlindungan asuransi

syariah sampai dengan 120 kali setoran bulanan dan pembayaran sisa setoran untuk masa yang belum dijalani, dapat dilakukan top up saldo diluar setoran bulanan.

9) BSI Tabungan Junior

Tabungan yang diperuntukkan bagi anak-anak dan pelajar yang berusia di bawah 17 tahun untuk mendorong budaya menabung sejak dini dengan status Siswa PAUD/TK/SD/SMP/SMA/Madrasah (MI, MTS, MA) atau sederajat. Keunggulan produk ini adalah mendapatkan bonus, bebas biaya administrasi bulanan, dan nama anak tertera pada buku tabungan dan ATM atas nama anak.

10) BSI Tabungan Payroll

Tabungan khusus merupakan produk turunan dari tabungan Wadiah atau Mudharabah reguler yang dikhususkan untuk nasabah payroll dan nasabah migran. Akan mendapatkan Fasilitas Kartu ATM/Debit, Mobile Banking, Internet Banking dan Notifikasi Transaksi.¹⁰⁰

11) BSI Tabungan Classic

Jenis tabungan Bank Syariah Indonesia yang berikutnya adalah BSI tabungan classic. Jenis tabungan yang satu ini dapat digunakan juga sebagai suatu investasi dana yang mampu menampung setoran cash collateral atau goodwill. Untuk dapat memiliki produk tabungan dalam jenis ini, ketika mendaftar pastikan kamu harus sudah memiliki NPWP dan rekening collateral.

¹⁰⁰ Berita Bisnis, *Jenis Tabungan BSI, Kenali 18 Produk Unggulannya*, <https://kumparan.com/berita-bisnis/jenis-tabungan-bsi-kenali-18-produk-unggulannya-1yYK15mbXgR>, Diakses Pada Tanggal 23 Desember, Pukul 12:03

12) BSI Tabungan Valas

BSI juga menyediakan tabungan dalam mata uang dollar. Penarikan dan setoran dapat dilakukan kapanpun atau sesuai dengan kebijakan dari BSI.¹⁰¹

b. Produk pembiayaan BSI KC Pamekasan

1) BSI Oto

BSI Oto merupakan fasilitas pembiayaan kepemilikan mobil baru, mobil bekas dan motor baru dengan akad murabahah yang dapat diajukan melalui kantor cabang, BSI mobil dan landing page bsioto.muf.co.id dan memiliki angsuran yang tetap setiap bulannya.

2) BSI Mitraguna Berkah

BSI Mitraguna Berkah merupakan produk pembiayaan yang memiliki tujuan multiguna tanpa agunan. Selain itu, untuk beragam kebutuhan dengan berbagai manfaat serta kemudahan bagi pegawai payroll BSI.¹⁰²

3) BSI Multiguna Hasanah

BSI Multiguna Hasanah merupakan layanan bagi nasabah untuk memenuhi segala kebutuhan kehidupannya dengan aman dan tentram. Fasilitas yang diberikan produk ini biasanya untuk memenuhi kebutuhan pembiayaan konsumtif antara lain:

- a. Untuk pembelian barang seperti renovasi rumah, pembelian furniture.
- b. Pembelian manfaat jasa seperti wedding organizer, perawatan di rumah sakit.

¹⁰¹ Qoala, *Yuk Kenali Apa Saja Produk BSI*, <https://www.qoala.app/id/blog/perencanaan-keuangan/produk-bank-syariah-indonesia/>, Diakses Pada Tanggal 31 Desember 2023, Pukul 12:15

¹⁰² Investor Syariah, *10 Produk Pinjaman BSI Terbaik*, <https://investorsyariah.id/pinjaman-bank-syariah-indonesia/>, Diakses Pada Tanggal 22 Januari 2024, Pukul 14:27

- c. Pengalihan atau pemidahan hutang-piutang pembiayaan konsumtif di lembaga keuangan lain yang mempunyai underlying asset.

4) BSI Cash Collateral

BSI Cash Collateral merupakan produk pembiayaan BSI yang sudah dijamin oleh agunan likuid. Pembiayaan ini menggunakan simpanan dalam beberapa bentuk seperti deposito, giro, atau tabungan.

5) BSI Distributor Financing

BSI Distributor Financing merupakan produk pembiayaan modal kerja dengan menggunakan skema pembiayaan post financing. Post Financing adalah dana talangan yang digunakan untuk membayar lebih dahulu invoice atas pekerjaan yang sudah selesai. Pembiayaan ini diberikan kepada supplier khusus yang memiliki kontrak pekerjaan dengan bouwheer.

6) BSI Griya Hasanah

BSI Griya Hasanah merupakan produk pembiayaan untuk kepemilikan rumah dengan beragam kebutuhan seperti:

- a. Pembelian rumah baru, rumah bekas, ruko, atau apartemen.
- b. Pembelian kavling yang sudah siap untuk di bangun.
- c. Pembangunan rumah atau renovasi rumah.
- d. Pengambil alihan atau take over pembiayaan dari bank lain.
- e. Refinancing.

7) BSI Pensiun Berkah

BSI Pensiun Berkah merupakan produk pembiayaan yang diberikan kepada para pensiunan bulanan seperti pensiunan ASN, pensiunan BUMN, dan lain-lain.

8) BSI Umrah

BSI Umrah merupakan produk pembiayaan konsumtif untuk pembelian jasa perjalanan ibadah umrah. BSI bekerjasama dengan travel agent dengan menerapkan prinsip syariah.¹⁰³

9) BSI KUR

BSI KUR merupakan program pemerintah yang diperuntukkan bagi usaha mikro, kecil, menengah yang mempunyai usaha layak dan produktif sesuai prinsip syariah. Fasilitas pembiayaan yang diperuntukkan bagi usaha mikro, kecil dan menengah untuk memenuhi kebutuhan modal kerja dan investasi dengan plafond s.d 500 juta.¹⁰⁴

10) BSI NonKUR

BSI NonKUR merupakan pembiayaan yang tidak bersumber dari program KUR. BSI menawarkan berbagai jenis pinjaman NonKUR yang dapat digunakan untuk berbagai keperluan bisnis.¹⁰⁵

¹⁰³ Bank Syariah Indonesia, *Laporan Tahunan 2022*, <https://ir.bankbsi.co.id/misc/AR/AR2022-ID/89/>, Diakses Pada Tanggal 22 Januari 2024, Pukul 14:45

¹⁰⁴ Bank Syariah Indonesia, *Pembiayaan Mikro Secara Digital Untuk Segala Kebutuhan Usaha*, <https://salamdigital.bankbsi.co.id>, Diakses Pada Tanggal 22 Januari 2024, Pukul 17:13

¹⁰⁵ Pic Garut, *Pinjam BSI: Pilihan Pinjaman Syariah Yang Tepat*, <https://picgarut.id/pinjam-bsi/#:~:text=Pinjaman%20Non%20KUR%20adalah%20pinjaman,keperluan%2C%20baik%20pribadi%20maupun%20bisnis.&text=Syarat%20dan%20ketentuan%20pinjaman%20BSI%20berbeda%20Dbeda%2C%20tergantung%20pada,jenis%20pinjaman%20yang%20Anda%20ajukan>, Diakses Pada Tanggal 22 Januari 2024, Pukul 14:41

c. Emas

1) BSI Cicil Emas

BSI Cicil Emas merupakan salah satu layanan yang disediakan BSI dimana nasabah dapat membeli emas batangan dengan cara mencicil. Nasabah dapat membeli emas batangan minimal 10 gram dan maksimal 250 gram per orangnya, dan cicilan harus diselesaikan dalam 2-5 tahun. Produk ini menggunakan akad Murabahah dan diikat dengan akad rahn (gadai).¹⁰⁶

2) Gadai Emas

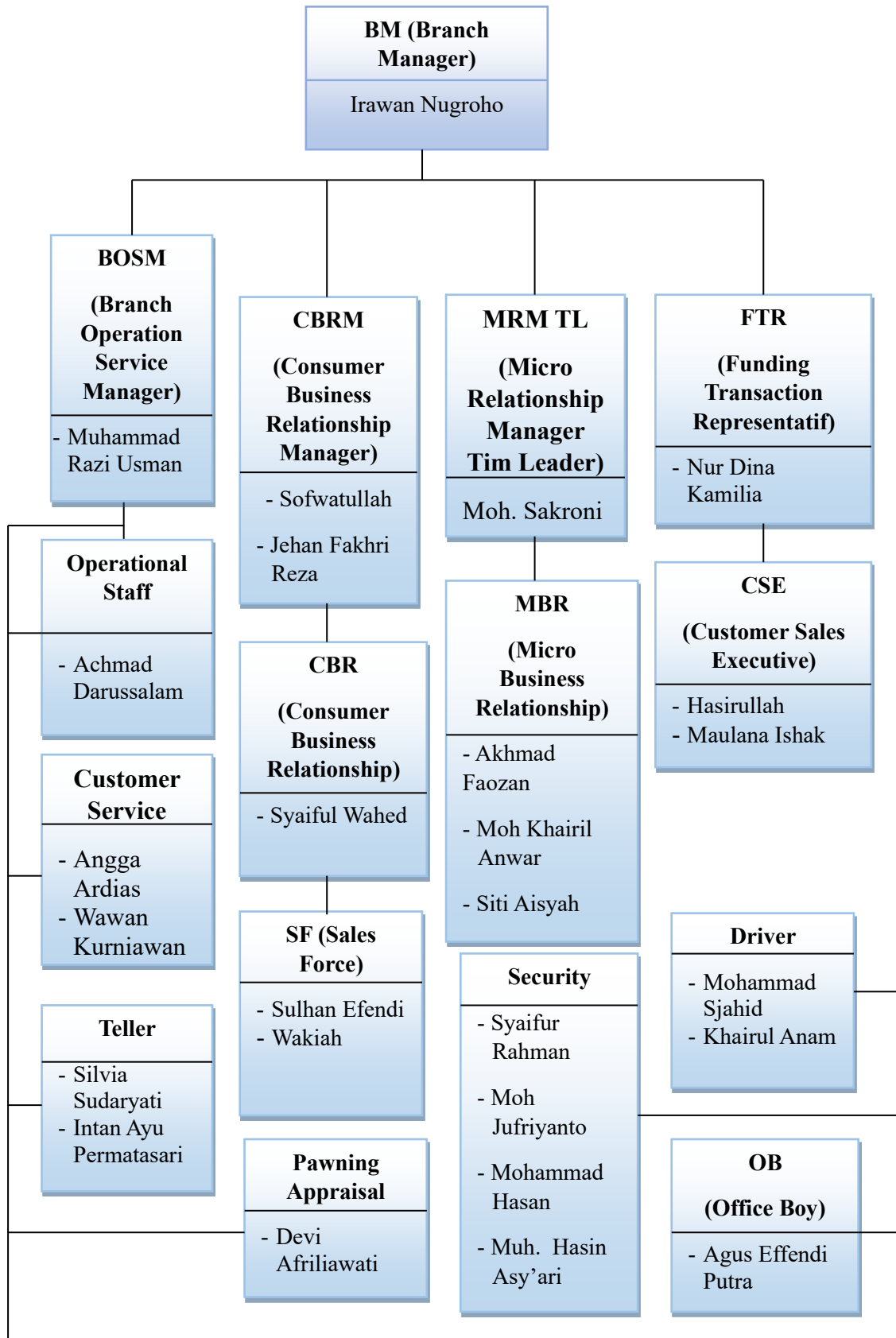
Gadai Emas merupakan salah satu alternatif nasabah untuk mendapat uang secara cepat dengan menggadaikan perhiasan atau logam mulia yang dimiliki kepada bank. Jangka waktu yang diberikan selama 4 bulan dan dapat diperpanjang apabila diperlukan.¹⁰⁷

¹⁰⁶ Johny Budiman, dkk, Peluang Investasi Emas Jangka Panjang Melalui Produk Cicil Emas BSI, *Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan (JPEK)*, Vol. 7 No. 1 Juni 2023, 15

¹⁰⁷ Bank Syariah Indonesia, *Laporan Tahunan 2022*, <https://ir.bankbsi.co.id/misc/AR/AR2022-ID/89/>, Diakses Pada Tanggal 22 Januari 2024, Pukul 14:45

3. Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia (BSI) KC Pamekasan

Gambar 3.1
Struktur Organisasi BSI KC Pamekasan 2023



4. Deskriptif Data Penelitian dan Responden

a. Deskriptif Data Penelitian

Data penelitian dikumpulkan dengan menggunakan google form dan secara langsung kepada nasabah di BSI KC Pamekasan.

Tabel 2.1
Rincian Penerimaan dan Pengembalian Kuesioner

Kuesioner	Jumlah
Kuesioner yang disebarikan	100
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%

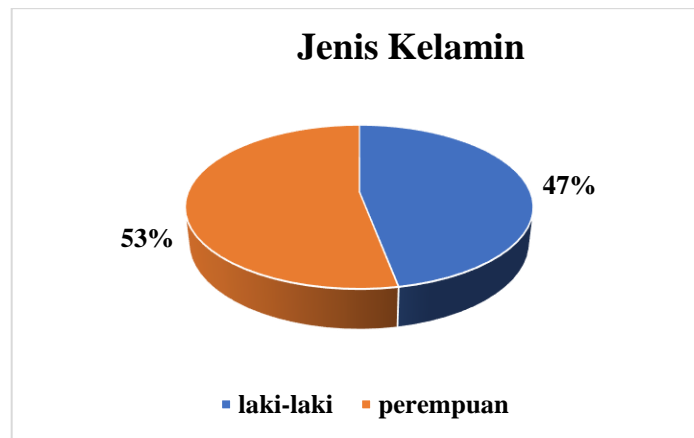
b. Deskriptif Data Responden

Deskriptif data responden menggambarkan tentang keadaan atau kondisi responden merupakan informasi tambahan untuk memahami hasil penelitian. dalam penelitian ini mempunyai beberapa karakteristik. Karakteristik penelitian tersebut sebagai berikut:

1) Jenis kelamin

Data mengenai jenis kelamin nasabah di BSI KC Pamekasan yang menjadi responden pada penelitian ini sebagai berikut:

Gambar 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



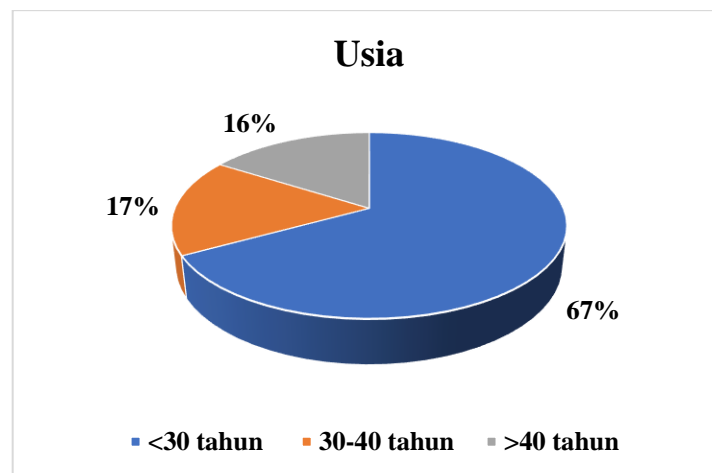
Sumber: Data primer yang diolah oleh peneliti, 2023.

Berdasarkan keterangan gambar, dapat diketahui bahwa nasabah berdasarkan jenis kelamin, yakni nasabah laki-laki berjumlah 47 orang dengan persentase 47% dan nasabah perempuan berjumlah 53 dengan persentase 53%. Artinya, nasabah sebagian besar di BSI KC Pamekasan pada penelitian ini di dominasi oleh nasabah perempuan.

2) Usia

Data mengenai usia responden dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi tiga bagian kategori, yaitu mulai dari umur <30 tahun, 30 – 40 tahun dan >40 tahun. Adapun umur nasabah BSI KC Pamekasan yang dijadikan responden pada penelitian ini sebagai berikut:

Gambar 2.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia



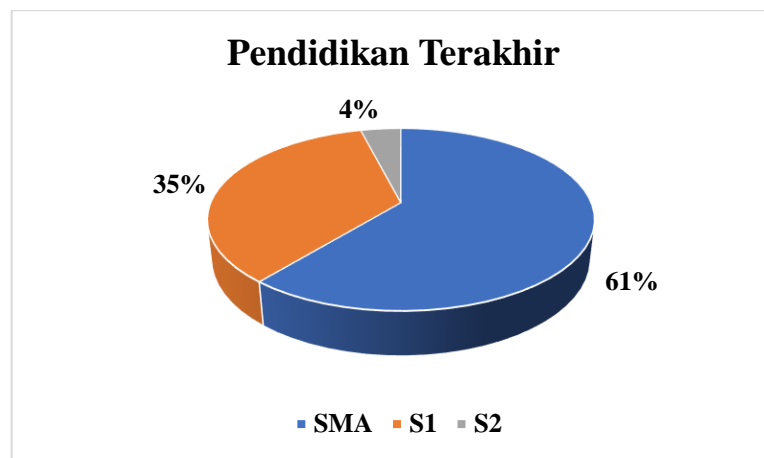
Sumber: Data primer yang diolah oleh peneliti, 2023.

Berdasarkan gambar, dapat diketahui bahwa nasabah di BSI KC Pamekasan yang diambil sebagai responden yaitu <30 tahun berjumlah 67 orang dengan persentase 67%, 30-40 tahun berjumlah 17 orang dengan persentase 17% dan usia >40 tahun berjumlah 16 orang dengan persentase 16%. Artinya sebagian besar nasabah di BSI KC Pamekasan dalam penelitian ini dengan usia <30 tahun dengan persentase 30%.

3) Pendidikan terakhir

Data pendidikan dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi tiga bagian yaitu SMA, S1 dan S2. Adapun data mengenai tingkat pendidikan terakhir nasabah BSI KC Pamekasan yang dijadikan responden sebagai berikut:

Gambar 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir



Sumber: Data primer yang diolah peneliti, 2023

Berdasarkan gambar menunjukkan bahwa Sebagian besar pendidikan terakhir nasabah BSI KC Pameksan yang diambil sebagai responden yaitu pendidikan SMA sebanyak 61 orang dengan persentase 61%, S1 sebanyak 35 orang dengan persentase 35% dan S2 sebanyak 4 orang dengan persentase 4%. Artinya, sebagian besar nasabah di BSI KC Pameksan dalam penelitian ini dengan pendidikan terakhir SMA dengan persentase 61%.

c. Deskripsi Variabel

Tanggapan nasabah yang berpartisipasi dalam penelitian ini mengenai Pengaruh Gaya Komunikasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah di BSI KC Pameksan dapat dijelaskan dengan tanggapan responden. Variabel independen terdiri dari Gaya Komunikasi (X_1) dengan jumlah pernyataan 12 butir dan Kualitas pelayanan (X_2) dengan jumlah pernyataan 15 butir. Sedangkan variabel dependen yaitu Loyalitas Nasabah (Y) dengan jumlah pernyataan 9 butir. Sehingga jumlah keseluruhan pernyataan sebanyak 36 butir.

1) Gaya komunikasi (X_1)

Tabel 4.2
Distribusi Frekuensi Variabel Gaya Komunikasi

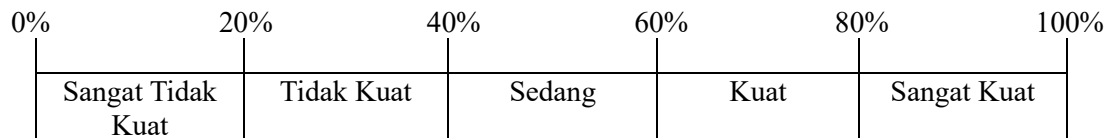
Item	SS		S		N		TS		STS		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	52	52%	46	46%	2	2%					100
2	54	54%	46	46%							100
3	54	54%	44	44%	2	2%					100
4	45	45%	53	53%	2	2%					100
5	55	55%	43	43%	2	2%					100
6	45	45%	46	46%	8	8%	1	1%			100
7	50	50%	48	48%	2	2%					100
8	44	44%	55	55%	1	1%					100
9	56	56%	41	41%	3	3%					100
10	54	54%	41	41%	5	5%					100
11	56	56%	40	40%	4	4%					100
12	50	50%	48	48%	2	2%					100
Jumlah	615		551		33		1				

Sumber: Output SPSS 26 diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.2 tersebut menunjukkan bahwa responden sebanyak 100 nasabah memberikan tanggapan pada variabel Gaya Komunikasi (X_1), sangat setuju sebanyak 615, setuju sebanyak 551, netral sebanyak 33 dan tidak setuju sebanyak 1. Hal ini menunjukkan bahwa Sebagian besar responden memberikan jawaban sangat setuju (SS) terhadap 12 pernyataan dari variabel Gaya Komunikasi.

$$\begin{aligned}
 DP &= ((\sum SS \times 5) + (\sum S \times 4) + (\sum N \times 3) + (\sum TS \times 2) + (\sum STS \times 1)) : (n \times 5 \times 12) \\
 &= ((615 \times 5) + (551 \times 4) + (33 \times 3) + (1 \times 2) + (0 \times 1)) : (100 \times 5 \times 12) \\
 &= (3.075) + (2.204) + (99) + (2) + (0) : (6.000) \\
 &= (5.380) : (6.000) \\
 &= 0,89 \times 100\% \\
 &= 89\%
 \end{aligned}$$

Jumlah skor kriterium = $100 \times 5 \times 12$, skor tertinggi tiap butir = 5, jumlah butir pernyataan = 12, jumlah responden 100, dan jumlah skor pengumpulan data = 5.380 berarti jumlah Gaya Komunikasi (X_1) berdasarkan persepsi 100 responden yaitu $5.380 : 6.000 = 0,89$ atau 89%. Hal ini secara kontinum dapat dibuat kategori sebagai berikut:



Nilai seluruh jumlah tanggapan responden pada variabel Gaya Komunikasi 89% termasuk kategori sangat kuat.

2) Kualitas pelayanan (X_2)

Tabel 4.3
Distribusi Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan

Item	SS		S		N		TS		STS		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	53	53%	44	44%	3	3%					100
2	47	47%	44	44%	8	8%	1	1%			100
3	47	47%	48	48%	4	4%	1	1%			100
4	46	46%	53	53%	1	1%					100

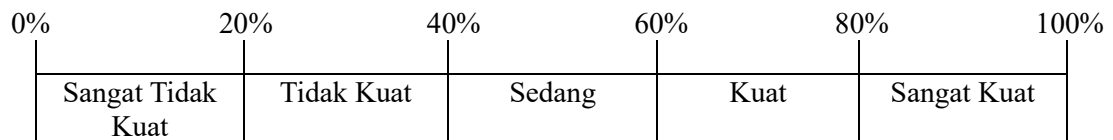
5	47	47%	52	52%	1	1%					100
6	48	48%	50	50%	1	1%	1	1%			100
7	60	60%	38	38%	2	2%					100
8	54	54%	44	44%	2	2%					100
9	52	52%	46	46%	2	2%					100
10	46	46%	46	46%	8	8%					100
11	45	45%	51	51%	4	4%					100
12	57	57%	42	42%	1	1%					100
13	59	59%	40	40%	1	1%					100
14	54	54%	43	43%	3	3%					100
15	52	52%	48	48%							100
Jumlah	767		689		41		3				

Sumber: Output SPSS 26 diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.3 tersebut menunjukkan bahwa responden sebanyak 100 nasabah memberikan tanggapan pada variabel Kualitas Pelayanan (X_2), sangat setuju sebanyak 767, setuju sebanyak 689, netral sebanyak 41 dan tidak setuju sebanyak 3. Hal ini menunjukkan bahwa Sebagian besar responden memberikan jawaban sangat setuju (SS) terhadap 15 pernyataan dari variabel Kualitas Pelayanan

$$\begin{aligned}
 DP &= ((\sum SS \times 5) + (\sum S \times 4) + (\sum N \times 3) + (\sum TS \times 2) + (\sum STS \times 1)) : (n \times 5 \times 15) \\
 &= ((767 \times 5) + (689 \times 4) + (41 \times 3) + (3 \times 2) + (0 \times 1)) : (100 \times 5 \times 15) \\
 &= (3.835) + (2.756) + (123) + (6) + (0) : (7.500) \\
 &= (6.720) : (7.500) \\
 &= 0,90 \times 100\% \\
 &= 90\%
 \end{aligned}$$

Jumlah skor kriterium = $100 \times 5 \times 15$, skor tertinggi tiap butir = 5, jumlah butir pernyataan = 15, jumlah responden 100, dan jumlah skor pengumpulan data = 6.720 berarti jumlah Kualitas Pelayanan (X_2) berdasarkan persepsi 100 responden yaitu $6.720 : 7.500 = 0,90$ atau 90%. Hal ini secara kontinum dapat dibuat kategori sebagai berikut:



Nilai seluruh jumlah tanggapan responden pada variabel Kualitas Pelayanan 90% termasuk kategori sangat kuat.

3) Loyalitas nasabah (Y)

Tabel 4.4
Distribusi Frekuensi Variabel Loyalitas Nasabah

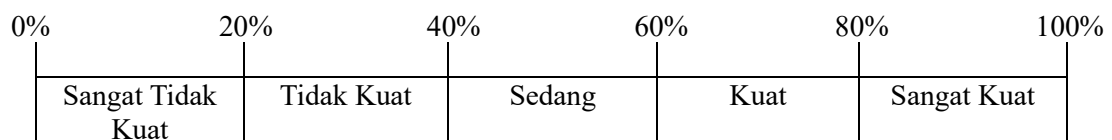
Item	SS		S		N		TS		STS		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	38	38%	55	55%	7	7%					100
2	50	50%	46	46%	4	4%					100
3	50	50%	46	46%	4	4%					100
4	46	46%	47	47%	6	6%	1	1%			100
5	45	45%	47	47%	7	7%	1	1%			100
6	49	49%	47	47%	4	4%					100
7	46	46%	52	52%	2	2%					100
8	47	47%	49	49%	4	4%					100
9	62	62%	36	36%	2	2%					100
Jumlah	433		425		40		2				

Sumber: Output SPSS 26 diolah, 20231

Berdasarkan tabel 4.4 Berdasarkan tabel 4.2 tersebut menunjukkan bahwa responden sebanyak 100 nasabah memberikan tanggapan pada Loyalitas Nasabah (Y), sangat setuju sebanyak 433, setuju sebanyak 425, netral sebanyak 40 dan tidak setuju sebanyak 2. Hal ini menunjukkan bahwa Sebagian besar responden memberikan jawaban sangat setuju (SS) terhadap 9 pernyataan dari variabel Loyalitas Nasabah.

$$\begin{aligned}
 DP &= ((\sum SS \times 5) + (\sum S \times 4) + (\sum N \times 3) + (\sum TS \times 2) + (\sum STS \times 1)) : (n \times 5 \times 9) \\
 &= ((433 \times 5) + (425 \times 4) + (40 \times 3) + (2 \times 2) + (0 \times 1)) : (100 \times 5 \times 9) \\
 &= (2.165) + (1.700) + (120) + (4) + (0) : (4.500) \\
 &= (3.989) : (4.500) \\
 &= 0,88, \times 100\% \\
 &= 88\%
 \end{aligned}$$

Jumlah skor kriterium = $100 \times 5 \times 9$, skor tertinggi tiap butir = 5, jumlah butir pernyataan = 9, jumlah responden 100, dan jumlah skor pengumpulan data = 3.989 berarti jumlah Loyalitas Nasabah (Y) berdasarkan persepsi 100 responden yaitu $3.989 : 4.500 = 0,88$ atau 88%. Hal ini secara kontinum dapat dibuat kategori sebagai berikut:



Nilai seluruh jumlah tanggapan responden pada variabel Loyalitas Nasabah 88% termasuk kategori sangat kuat.

5. Uji Validitas Data

a. Uji Validitas

Pengujian dalam penelitian ini menggunakan person correlation yaitu merupakan 100 korelasi antara skor item dengan skor total item yang diolah menggunakan SPSS versi 26. Korelasi antara skor item dan skor total item merupakan nilai r_{hitung} dibandingkan dengan nilai r_{tabel} , yang mana dapat diketahui bahwa nilai r_{tabel} dengan jumlah sampel 100 adalah 0,1966 dengan tingkat signifikansi $\alpha = 0,05$. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item tersebut valid, sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item tersebut tidak valid.

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Gaya Komunikasi (X ₁)	X _{1.1}	0,435	0,1966	Valid
	X _{1.2}	0,551	0,1966	Valid
	X _{1.3}	0,655	0,1966	Valid
	X _{1.4}	0,646	0,1966	Valid
	X _{1.5}	0,667	0,1966	Valid
	X _{1.6}	0,501	0,1966	Valid
	X _{1.7}	0,586	0,1966	Valid
	X _{1.8}	0,474	0,1966	Valid
	X _{1.9}	0,552	0,1966	Valid
	X _{1.10}	0,534	0,1966	Valid
	X _{1.11}	0,481	0,1966	Valid
	X _{1.12}	0,575	0,1966	Valid
Kualitas Pelayanan (X ₂)	X _{2.1}	0,552	0,1966	Valid
	X _{2.2}	0,508	0,1966	Valid
	X _{2.3}	0,510	0,1966	Valid
	X _{2.4}	0,627	0,1966	Valid
	X _{2.5}	0,613	0,1966	Valid

	X _{2.6}	0,478	0,1966	Valid
	X _{2.7}	0,452	0,1966	Valid
	X _{2.8}	0,569	0,1966	Valid
	X _{2.9}	0,574	0,1966	Valid
	X _{2.10}	0,627	0,1966	Valid
	X _{2.11}	0,637	0,1966	Valid
	X _{2.12}	0,582	0,1966	Valid
	X _{2.13}	0,580	0,1966	Valid
	X _{2.14}	0,608	0,1966	Valid
	X _{2.15}	0,647	0,1966	Valid
Loyalitas Nasabah (Y)	Y ₁	0,508	0,1966	Valid
	Y ₂	0,594	0,1966	Valid
	Y ₃	0,503	0,1966	Valid
	Y ₄	0,589	0,1966	Valid
	Y ₅	0,646	0,1966	Valid
	Y ₆	0,594	0,1966	Valid
	Y ₇	0,531	0,1966	Valid
	Y ₈	0,635	0,1966	Valid
	Y ₉	0,695	0,1966	Valid

Sumber: Output SPSS 26 diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa hasil uji validitas yang menggunakan program SPSS semuanya valid. Jadi, kuesioner penelitian dapat dilanjutkan sebagai instrument penelitian yang sah.

b. Uji Reliabilitas

Penelitian ini menggunakan uji reabilitas dengan Teknik *Cronbach Alpha*, penelitian ini dikatakan reliabel jika Cronbach Alpha > 0,60 dan sebaliknya jika Cronbach Alpha < 0,60 penelitian ini dikatakan tidak reliabel.

Tabel 4.6
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Nilai Perbandingan	Keterangan
Gaya Komunikasi (X ₁)	0,792	0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X ₂)	0,849	0,60	Reliabel
Loyalitas Nasabah (Y)	0,762	0,60	Reliabel

Sumber: Output SPSS 26 diolah, 2023

Dari keterangan tabel diatas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki Cronbach alpha > 0,60. Dengan demikian, semua variabel diatas reliabel.

6. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Salah satu cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya gejala multikolinearitas yaitu dengan melihat nilai tolerance dan nilai VIF. Jika nilai tolerance > 0,10 dan nilai VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas. Hasil pengujiannya sebagai berikut:

Tabel 4.7
Hasil Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a						Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Tolerance	VIF	
Model	B	Std. Error	Beta						
1	(Constant)	10.993	4.310		2.551	.012			
	X1	.208	.081	.247	2.578	.011	.758	1.319	
	X2	.263	.062	.405	4.229	.000	.758	1.319	

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Output SPSS 26 diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas diatas, diperoleh nilai masing-masing variabel independen berada di atas nilai tolerance > 0,10 dan nilai VIF <

10. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

b. Uji Normalitas

Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji Kolmogrov Smirnov dan grafik Normal Probability Plot. Dikatakan normal dalam menggunakan uji kolmogrov Smirnov yaitu nilai signifikansi $> 0,05$. Jika menggunakan uji normal probability plot yaitu data dikatakan berdistribusi normal jika data atau titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal, berikut ini hasil pengujiannya:

Tabel 4.8
Hasil Uji Kolmogrov Smirnov

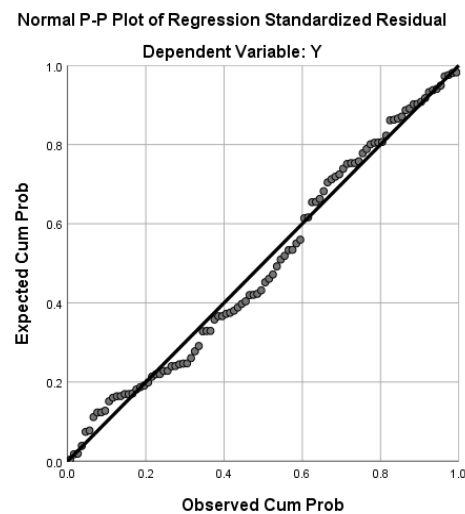
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.55218875
Most Extreme Differences	Absolute	.069
	Positive	.069
	Negative	-.050
Test Statistic		.069
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: Output SPSS 26 diolah, 2023

Dari hasil uji normalitas menggunakan metode Kolmogrov Smirnov diperoleh nilai signifikansi $0,200 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam uji normalitas dalam penelitian ini adalah berdistribusi normal.

Gambar 4.5
Hasil Uji Normal Probability Plot



Sumber: Output SPSS 26 diolah, 2023

Dari hasil output SPSS di atas, pada grafik normal probability plot menunjukkan bahwa data atau titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka dapat disimpulkan model regresi di atas berdistribusi normal.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menguji untuk apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variabel dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Pengujian heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji Glejser dan uji Scatter Plot. Dalam menggunakan uji glejser dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas yaitu nilai signifikansi $> 0,05$. Jika menggunakan uji scatter plot dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas jika tidak memiliki pola tertentu, maksudnya titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. berikut ini hasil pengujiannya:

Tabel 4.9
Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Glejser)

Coefficients^a

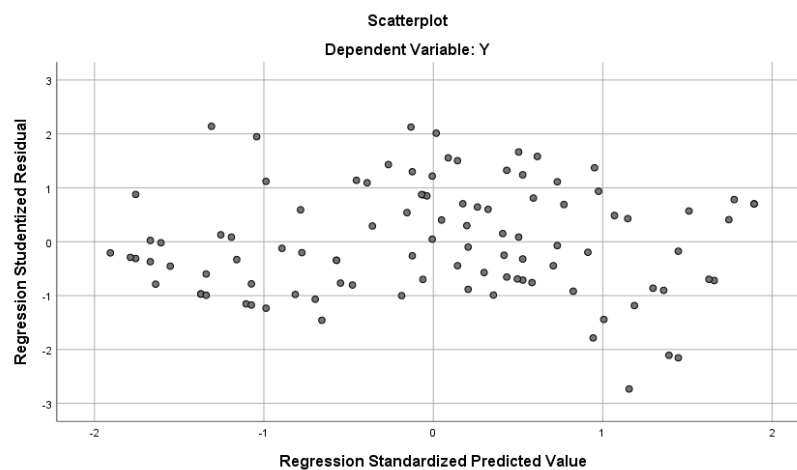
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.607	2.380		-.675	.501
	X1	.031	.045	.081	.703	.483
	X2	.030	.034	.101	.876	.383

a. Dependent Variable: absRes

Sumber: Ouput SPSS 26 diolah, 2023

Dari hasil uji heteroskedastisitas diatas menggunakan uji glejser hasil signifikansi $X_1=0,483 > 0,05$ dan hasil signifikansi $X_2=0,383 > 0,05$. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Gambar 4.6
Hasil Uji Heteroskedastisitas (Scatter Plot)



Sumber: Output SPSS 26 diolah, 2023

Dari grafik scatter plot diatas memperlihatkan bahwa titik-titik pada grafik tidak membentuk pola tertentu yang jelas, dimana titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 sumbu Y, sehingga grafik tersebut tidak bisa dibaca dengan jelas. Hasil memperlihatkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan untuk menguji apakah dalam satu model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan periode $t-1$. Cara yang dilakukan untuk mendeteksi gejala autokorelasi dengan uji Durbin Watson dengan taraf signifikan 5%.

Tabel 4.10
Ketentuan Pengambilan Keputusan

Hipotesis Nol	Keputusan	Jika
Tidak ada autokorelasi positif	Tolak H_0	$0 < d_{hitung} < d_L$
Tidak ada autokorelasi positif	Tidak ada keputusan	$d_L < d_{hitung} < d_U$
Tidak ada autokorelasi positif dan negative	Terima H_0	$d_U < d_{hitung} < 4-d_U$
Tidak ada autokorelasi negative	Tidak ada keputusan	$4 - d_U < d_{hitung} < 4-d_L$
Tidak ada autokorelasi negative	Tolak H_0	$4 - d_L < d_{hitung} < 4$

Hasil uji autokorelasi berdasarkan program SPSS 26, yaitu

Tabel 4.11
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.526 ^a	.277	.262	2.51991	1.981

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Output SPSS 26 diolah, 2023

Tabel diatas menyatakan bahwa nilai DW sebesar 1,981 maka untuk mengetahui ada tidaknya autokorelasi, nilai DW tersebut akan dibandingkan dengan nilai DU dan DL sebagai berikut:

Tabel 4.12
Hasil Pengujian Asumsi Klasik Autokorelasi

Dl	Du	4-dl	4-du	D hitung	Keputusan
1,6337	1,7152	2,3663	2,2848	1,981	Tidak ada autokorelasi positif dan negatif

Ket: Nilai DW = 1,981 diperoleh dari tabel Durbin-Watson dengan ketentuan = 5%, dimana n (sampel) = 100 dan k (jumlah variabel independen) = 2.

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai DW sebesar 1,981 berada diantara nilai DU = 1,7152 dan nilai 4-DU = 2,2848 ($DU < DW < 4-DU$), sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi autokorelasi positif dan positif.

B. Pembuktian Hipotesis

1. Uji Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian ini model persamaan regresi berganda yang disusun untuk mengetahui pengaruh Gaya Komunikasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah di BSI KC Pamekasan adalah:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Dari hasil analisis menggunakan program SPSS versi 26, diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.13
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.993	4.310		2.551	.012
	X1	.208	.081	.247	2.578	.011
	X2	.263	.062	.405	4.229	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Output SPSS 26 diolah, 2023

Berdasarkan analisis regresi linier berganda diatas diperoleh koefisien variabel independen Gaya Komunikasi (X_1) = 0,208 dan Kualitas Pelayanan (X_2) = 0,263 dengan konstanta sebesar 10,993. Sehingga model persamaan regresi linier berganda yang diperoleh dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = 10,993 + 0,208 X_1 + 0,263 X_2 + e$$

Dari model persamaan regresi linier berganda diatas dapat di interpretasikan sebagai berikut:

- a. Konstanta sebesar 10,993. Dimana nilai konstanta loyalitas nasabah sebesar 10,933 menunjukkan bahwa jika variabel X (gaya komunikasi dan kualitas pelayanan) sama dengan nol, maka peningkatan loyalitas nasabah sebesar 10,993.
- b. Nilai koefisien variabel Gaya Komunikasi (X_1) sebesar 0,208. Dapat diartikan bahwa besarnya koefisien gaya komunikasi bertanda positif berarti loyalitas nasabah mengalami peningkatan sebesar 1 satuan, maka nilai peningkatan loyalitas nasabah sebesar 0,208 satuan. Ini menunjukkan bahwa variabel gaya komunikasi berpengaruh positif terhadap variabel loyalitas nasabah.
- c. Nilai koefisien variabel Kualitas Pelayanan (X_2) sebesar 0,263. Dapat diartikan bahwa besarnya koefisien kualitas pelayanan bertanda positif berarti loyalitas nasabah mengalami peningkatan sebesar 1 satuan, maka nilai peningkatan loyalitas nasabah sebesar 0,263 satuan. Ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap variabel loyalitas nasabah.

2. Uji T (Parsial)

Uji T dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen (Gaya Komunikasi dan Kualitas Pelayanan) berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen (Loyalitas Nasabah) dengan $\alpha = 0,05$ dan nilai $t_{tabel} = 1,984$.

Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- Jika $t_{tabel} > t_{hitung}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- Jika $t_{tabel} < t_{hitung}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Dengan menggunakan angka probabilitas signifikan

- Jika angka probabilitas signifikan $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- Jika angka probabilitas signifikan $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Tabel
4.14 Hasil Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.993	4.310		2.551	.012
	X1	.208	.081	.247	2.578	.011
	X2	.263	.062	.405	4.229	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Ouput SPSS 26 diolah, 2023

Variabel Gaya Komunikasi (X_1) diperoleh nilai signifikansi $0,011 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 2,578 > t_{tabel} 1,984$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel Gaya Komunikasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah di BSI KC Pamekasan.

Variabel Kualitas Pelayanan (X_2) diperoleh nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 4,229 > t_{tabel} 1,984$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah di BSI KC Pamekasan.

3. Uji F (Simultan)

Uji F dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh secara simultan (bersama-sama) antara variabel independen terhadap variabel dependen, dengan $\alpha=0,05$ dan $F_{tabel} = 3,09$. Dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- Jika $F_{tabel} > F_{hitung}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- Jika $F_{tabel} < F_{hitung}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Dengan menggunakan angka probabilitas signifikan

- Jika angka probabilitas signifikan $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- Jika angka probabilitas signifikan $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Tabel 4.15
Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	308.937	2	154.468	23.235	.000 ^b
	Residual	644.853	97	6.648		
	Total	953.790	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Ouput SPSS 26 diolah, 2023

Berdasarkan tabel diatas dapat dijelaskan bahwa variabel Gaya Komunikasi (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) mempunyai nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai $F_{hitung} 23,235 > F_{tabel} 3,09$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0

ditolak dan H_a diterima. Artinya variabel Gaya Komunikasi dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap Loyalitas Nasabah di BSI KC Pamekasan.

4. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel-variabel dependen dengan melihat R^2 . Berikut ini hasil koefisien determinasi:

Tabel 4.16
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.569 ^a	.324	.310	2.578

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Output SPSS 26 diolah, 2023

Dari tabel diatas dijelaskan bahwa nilai R square sebesar 0,324 atau 32,4%. Artinya variabel loyalitas nasabah dapat dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel gaya komunikasi dan kualitas pelayanan sebesar 32,4% dan sisanya 67,6% dijelaskan oleh variabel lain seperti gaya komunikasi kepemimpinan, pengaruh kompensasi, kualitas produk komunikasi pemasaran.

C. Pembahasan

1. Pengaruh Variabel Gaya Komunikasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah di BSI KC Pamekasan.

Berdasarkan uji F (simultan) yang telah dilakukan, dapat dijelaskan bahwa variabel gaya komunikasi (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) mempunyai nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai $F_{hitung} 23,235 > F_{tabel} 3,09$ dengan keputusan hipotesis kedua variabel tersebut dinyatakan tolak H_0 dan H_a diterima. Hal ini

menunjukkan bahwa gaya komunikasi dan kualitas pelayanan secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah di BSI KC Pamekasan. Maka dari itu gaya komunikasi dan kualitas pelayanan perlu dipertahankan dan ditingkatkan lagi agar jumlah nasabah di BSI KC Pamekasan semakin meningkat.

Hasil analisis data *R square* Gaya Komunikasi dan Kualitas Pelayanan adalah 32,4% yang berarti bahwa variabel dependen (loyalitas nasabah) dapat dijelaskan oleh variabel independen (gaya komunikasi dan kualitas pelayanan) sebesar 32,4% sedangkan sisanya ($100\% - 32,4\% = 67,6\%$) dipengaruhi variabel-variabel lainnya yang tidak dapat diperhitungkan dalam analisis penelitian ini yaitu sebesar 67,6%.

Berdasarkan data statistik tersebut menunjukkan bahwa variabel gaya komunikasi dan kualitas pelayanan berpengaruh sebesar 32,4% terhadap loyalitas nasabah. Sedangkan 67,6% dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

2. Pengaruh Variabel Gaya Komunikasi Terhadap Loyalitas Nasabah di BSI KC Pamekasan

Komunikasi merupakan proses pertukaran ide, pesan dan kontak, serta interaksi sosial termasuk aktivitas pokok dalam kehidupan manusia. Melalui komunikasi, manusia bisa mengenal satu sama lain, menjalin hubungan, membina kerja sama, saling memengaruhi, bertukar ide dan pendapat.¹⁰⁸ Setiap orang mempunyai gaya komunikasi yang bersifat personal, yang merupakan gaya khas

¹⁰⁸ Nofrion, *komunikasi Pendidikan: Penerapan Teori dan Konsep Komunikasi dalam Pembelajaran*, Cetakan pertama, (Jakarta: Kencana, 2016), 1.

seseorang di dalam berkomunikasi. Sehingga, gaya komunikasi dapat dikatakan sebagai suatu kepribadian yang terdapat di dalam diri setiap manusia yang sukar diubah.

Berdasarkan data deskriptif responden dari jenis kelamin sebagian besar yang mengisi data kuesioner di dominasi oleh Perempuan dengan presentase 53%, berdasarkan usia di dominasi oleh usia >30 tahun dengan presentase 67%, berdasarkan pendidikan terakhir di dominasi oleh tingkat SMA dengan presentase 61%. Oleh karena itu, deskriptif responden tersebut mereka sudah mengerti dan paham bagaimana para pegawai BSI melakukan gaya komunikasi, dikarenakan dari segi usia maupun pendidikan mereka sudah dalam usia yang matang dan kebanyakan memiliki pendidikan yang tinggi. Selain itu, respon responden dalam menjawab kuesioner pada variabel gaya komunikasi di dominasi respon responden sangat setuju sebanyak 615 jawaban, setuju sebanyak 551 jawaban, netral 33 jawaban dan tidak setuju 1 jawaban. Hal ini dapat diartikan bahwa secara persentase respon positif yang diberikan oleh responden sangat kuat mencapai 89%. Maksudnya sangat kuat disini responden mengakui bahwa gaya komunikasi yang dilakukan oleh para pegawai sudah baik terhadap para nasabah.

Berdasarkan pengujian menggunakan aplikasi SPSS versi 26, pengaruh gaya komunikasi terhadap loyalitas nasabah diperoleh hasil pengujiannya sebagai berikut:

Dilihat dari hasil koefisien regresi linier berganda ($Y = 10,993 + 0,208 X_1 + 0,263 X_2 + e$), variabel gaya komunikasi bernilai positif yaitu 0,208. Hal ini berarti gaya komunikasi mempunyai hubungan yang positif terhadap loyalitas nasabah. Selanjutnya dari hasil uji T (parsial) menunjukkan bahwa nilai signifikansi $0,011 <$

0,05 dan nilai $t_{hitung} 2,578 > t_{tabel} 1,984$. Artinya gaya komunikasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah di BSI KC Pamekasan.

Komunikasi memengaruhi semua aspek hubungan bisnis, terutama kepercayaan, kepuasan, dan loyalitas. Setiap perusahaan pasti mempunyai gaya komunikasi yang nantinya akan menjadi ciri khas saat berinteraksi kepada nasabah. Gaya komunikasi ini tercipta ketika seorang pegawai berkomunikasi dengan profesional, interaktif, ramah, dan penuh perhatian. Dari situ terjadilah sebuah keakraban dan kenyamanan dengan nasabah sehingga hal itu akan menimbulkan kepuasan nasabah kemudian akan menciptakan suatu loyalitas nasabah tersebut.¹⁰⁹ Hal ini dibuktikan beberapa hal yaitu, para pegawai selalu mengucapkan salam terlebih dahulu kemudian menyapa para nasabah dengan menanyakan kabar nasabah, kabar keluarga nasabah, berbincang-bincang mengenai usaha atau pekerjaan yang dilakukan oleh nasabah dimana dari gaya komunikasi tersebut akan menciptakan suatu chemistry yang lebih erat dengan para nasabahnya.

Dari kusioner yang ada nasabah memang menunjukkan kenyamanan, kepercayaan dan keakraban. Hal ini menunjukkan bahwa data jawaban responden ketika menjawab kusioner dengan respon positif mencapai 89%, dari hasil tersebut nasabah akan merasa yakin menggunakan produk maupun layanan dari BSI, hal itu juga dapat menimbulkan kepuasan nasabah kemudian akan menciptakan suatu loyalitas nasabah tersebut.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mirnalia Mayaza (2013). Menyatakan bahwa variabel gaya komunikasi berpengaruh secara

¹⁰⁹ Aang Curatman, dkk, *Program Loyalitas Pelanggan*, (Yogyakarta: Deepublish, 2020), 16

positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah karena memiliki nilai signifikan $0,012 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 2,559 > t_{tabel} 1,984$.¹¹⁰

3. Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah di BSI KC Pamekasan

Kualitas pelayanan merupakan suatu hal yang sangat penting bagi perusahaan. Dengan kualitas pelayanan yang baik, nasabah akan tertarik menggunakan pelayanan jasa suatu perusahaan dan menciptakan loyalitas sehingga nasabah tersebut akan menggunakannya secara berulang-ulang. Pelayanan yang berkualitas tentunya akan dapat memenuhi kebutuhan konsumen sesuai dengan harapan mereka.

Berdasarkan data deskriptif responden dari jenis kelamin sebagian besar yang mengisi data kuesioner di dominasi oleh Perempuan dengan presentase 53%, berdasarkan usia di dominasi oleh usia >30 tahun dengan presentase 67%, berdasarkan pendidikan terakhir di dominasi oleh tingkat SMA dengan presentase 61%. Oleh karena itu, deskriptif responden tersebut mereka sudah mengerti dan paham bagaimana para pegawai BSI dalam melakukan pelayanan, dikarenakan dari segi usia maupun pendidikan mereka sudah dalam usia yang matang dan kebanyakan memiliki pendidikan yang tinggi. Selain itu, respon responden dalam menjawab kuesioner pada variabel kualitas pelayanan di dominasi respon responden sangat setuju sebanyak 767 jawaban, setuju sebanyak 689 jawaban, netral 41 jawaban dan tidak setuju 3 jawaban. Hal ini dapat diartikan bahwa secara

¹¹⁰ Mirnalia Mayaza, dkk, Pengaruh Gaya Komunikasi dan Kualitas Pelayanan Customer Service Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada Nasabah PT. Bank BNI Syariah Cabang Semarang), *Jurnal Interaksi Online* Vol. 1, No. 4, Oktober 2013

persentase respon positif yang diberikan oleh responden sangat kuat mencapai 90%. Maksudnya sangat kuat disini responden mengakui bahwa kualitas pelayanan yang dilakukan oleh para pegawai sudah baik terhadap para nasabah.

Berdasarkan pengujian menggunakan aplikasi SPSS versi 26, pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah diperoleh hasil pengujiannya sebagai berikut:

Dilihat dari hasil koefisien regresi linier berganda ($Y = 10,993 + 0,208 X_1 + 0,263 X_2 + e$), variabel kualitas pelayanan bernilai positif yaitu 0,263. Hal ini berarti kualitas pelayanan mempunyai hubungan yang positif terhadap loyalitas nasabah. Selanjutnya, hasil uji T (parsial) menunjukkan bahwa nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 4,229 > t_{tabel} 1,984$. Artinya kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah di BSI KC Pamekasan.

Kualitas pelayanan yang dilakukan oleh pegawai bank memengaruhi kepuasan dari nasabahnya. Kepuasan dari semua layanan yang diberikan oleh pegawai nantinya akan berdampak positif terhadap loyalitas. Jika perusahaan telah membuat koneksi yang baik dengan nasabah, dengan cara memberikan kualitas pelayanan yang baik mereka akan tetap loyal dan tidak akan mencari kenyamanan lain dengan pesaing. Hubungan antara pegawai bank dengan nasabah sangat penting untuk loyalitas nasabah. Oleh karena itu, untuk membangun hubungan baik tersebut pegawai bank perlu diseleksi, dan dilatih. Pegawai bank juga perlu mengetahui fakta tentang kebutuhan nasabahnya, agar para nasabah merasakan

kepuasan. Setelah nasabah merasakan puas atas layanan yang diberikan maka akan tercipta loyalitas kepada nasabah tersebut.¹¹¹

Hal ini dapat dilihat dengan seringnya seorang customer service membukakan pintu untuk nasabahnya selain itu juga para pegawai BSI juga seringkali rela memapah nasabahnya yang sudah lanjut usia sampai ke kendaraan yang ditumpanginya. Hal ini dikarenakan para pegawai BSI memiliki rasa empati yang tinggi. Dari kusioner yang ada nasabah memang menunjukkan kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan oleh pegawai BSI. Hal ini menunjukkan bahwa data jawaban responden ketika menjawab kuesioner dengan respon positif mencapai 90%, dari hasil tersebut nasabah akan merasa yakin menggunakan produk maupun layanan dari BSI, hal itu juga dapat menimbulkan kepuasan nasabah kemudian akan menciptakan suatu loyalitas nasabah tersebut.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Juliarini Damayanti (2021). Menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah karena memiliki nilai signifikan $0,003 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 3,068 > t_{tabel} 1,660$.¹¹²

¹¹¹ Aang Curatman, dkk, *Program Loyalitas Pelanggan.....* 17

¹¹² Juliarini Damayanti, Pengaruh Komunikasi Pemasaran, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah pada BSI KC A. Rivai Palembang, (*Skripsi, UIN Raden Fatah Palembang*, Palembang, 2021)