

BAB IV

DESKRIPSI, PENGUJIAN HIPOTESIS DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

1. Profil BPRS Bhakti Sumekar Sumenep

a. Sejarah BPRS Bhakti Sumekar

Dikeluarkannya Undang-Undang No. 22 tahun 1999 tentang Pemerintah Daerah dan Peraturan Pemerintah No. 25 tentang Kewenangan Pemerintah dan Kewenangan Propinsi sebagai daerah otonom, maka kewenangan otonom saat ini telah diserahkan kepada daerah. Kewenangan tersebut mencakup penanganan segala urusan rumah tangga daerah sebagai lembaga berikutnya perangkatnya.

Serta untuk meningkatkan dan mendayagunakan potensi ekonomi daerah dalam rangka meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD), Pemerintah Kabupaten Sumenep sangat memerlukan peran lembaga keuangan yang diharapkan dapat memenuhi tujuan tersebut. Dimana pada gilirannya Lembaga Keuangan tersebut diharapkan dapat meningkatkan dan mendayagunakan perekonomian daerah guna mencapai kesejahteraan masyarakat daerah secara merata.

Bentuk lembaga keuangan yang sesuai dengan kondisi daerah Sumenep yang sangat ideal adalah Lembaga Keuangan Mikro, dalam hal ini adalah Bank Perkreditan Rakyat Syari'ah (BPRS). Untuk memenuhi maksud dan tujuan

tersebut diatas Pemerintah Kabupaten Sumenep melakukan akuisisi Bank Perkreditan Rakyat yang berdomisili di Sidoarjo yaitu PT. BPR DANA MERAPI untuk kemudian direlokasi ke Kabupaten Sumenep.

Untuk melakukan akuisisi terhadap PT. BPR DANA MERAPI Pemkab Sumenep membuat *Memorandum of Understanding* (MOU) dan Surat Perjanjian Kerja Sama Pendirian Bank Perkreditan Rakyat Syariah (BPRS) di Kabupaten Sumenep Nomor 910/608b/435.304/200-1011/BMI/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. Visi dan Misi BPRS Bhakti Sumekar

Visi dan Misi Bank BPR Syariah Bhakti Sumekar telah ditetapkan sebagai landasan bagi seluruh stakeholders untuk mencapai tujuan bersama. Visi menjadi pegangan bagi seluruh stakeholders untuk mentransformasikan diri menjadi salah satu bank BPR Syariah terkemuka di Indonesia.²

1) Visi

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

¹ BPRS Bhakti Sumekar, "*Tentang BBS – Bank BBS,*" bhaktisumekar.co.id, diakses dari <https://www.bhaktisumekar.co.id/v2/tentang-bbs/>, pada tanggal 30 Desember 2023 pukul 22.56 WIB.

² Buku Laporan Tahunan PT. BPRS Bhakti Sumekar 2018, 20.

2) Misi

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

c. Logo BPRS Bhakti Sumekar

Setiap perusahaan pasti memiliki logo masing-masing. Biasanya logo dapat berupa gambar tertentu dan ini ditemukan pada produk-produk perusahaan tersebut. Sebuah logo selain berfungsi sebagai identitas bagi perusahaan, nyatanya juga memiliki banyak makna khusus bagi perusahaan terutama bagi para pendirinya.³

Gambar 4.1
Logo BPRS Bhakti Sumekar



1) Makna umum

Logo BPRS Bhakti Sumekar menyerupai bunga merekah yang mencerminkan kegigihan, keleluasaan, semangat dan keramahan dalam semua

³ Buku Laporan Tahunan PT. BPRS Bhakti Sumekar 2021, 20.

aspek bisnis di lingkungan masyarakat yang diharapkan terus merokah dan berkembang.

2) Segi warna

Warna hijau melambangkan kesuburan, kesejukan, kemakmuran dan juga warna hijau pada umumnya identik dengan dunia islami. Warna kuning melambangkan kesejahteraan, kejayaan dan kekayaan.

d. Budaya Perusahaan “BHAKTI”

Budaya Perusahaan BPRS Bhakti Sumekar sebagai berikut:⁴

1) 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.

2) Harmonis

Rasa persaudaraan, rasa kebersamaan menjadi pedoman hidup. Menjadikan kenyamanan dan kekompakan dalam bermitra.

3) Amanah

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

4) Kepuasan

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.

⁴ Buku Laporan Tahunan PT. BPRS Bhakti Sumekar 2018, 21.

5) Transparan

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

6) Integritas

Bertaqwa, penuh dedikasi, jujur, selalu menjaga nama baik, serta taat pada peraturan yang berlaku.

e. Produk-Produk Dan Layanan BPRS Bhakti Sumekar

Produk-Produk Dan Layanan BPRS Bhakti Sumekar sebagai berikut:⁵

1) Produk Pendanaan

- a) Tabungan Barokah
- b) Tabungan Simpanan Pelajar iB
- c) Tabungan Qurban
- d) Tabungan Haji
- e) Tabungan Umrah
- f) Tabungan Hari Raya

2) Produk Pembiayaan

- a) Pembiayaan Serba Guna
- b) Pembiayaan Kendaraan
- c) Pembiayaan Modal Kerja UMKM
- d) Pembiayaan Talangan Umrah
- e) Pembiayaan Ar-Rahn (Gadai Emas)

⁵ Buku Laporan Tahunan PT. BPRS Bhakti Sumekar 2021, 44-45.

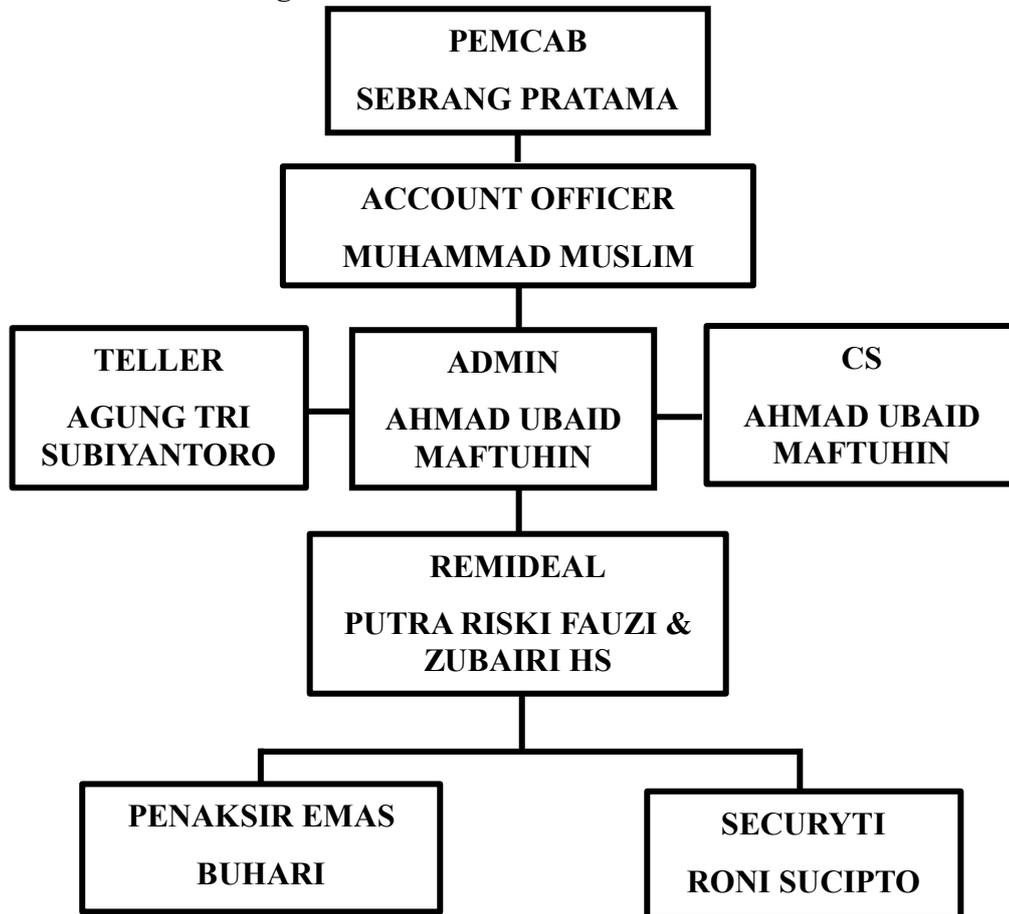
- f) Pembiayaan Pensiunan
- g) Pembiayaan Al Qordhul Hasan
- h) Pembiayaan Elektronik
- i) Pembiayaan Kepemilikan Rumah
- j) Pembiayaan Sadar Bersih
- k) Pembiayaan Kepemilikan Emas
- l) Produk Ijarah

3) Produk Layanan Digital

- a) Layanan Multibiller
- b) BPRS BS Notifikasi
- c) Layanan ATM Tanpa Kartu
- d) Layanan Digital Banking

b. Struktur Organisasi BPRS Bhakti Sumekar

Gambar 4.2
Struktur Organisasi BPRS Bhakti Sumekar KCP Bandaran



Sumber: Hasil wawancara karyawan BPRS Bhakti Sumekar KCP Bandaran⁶

⁶ Khairul Faizin, Admin Gadai dan Pembiayaan BPRS Bhakti Sumekar KCP Bandaran, *Wawancara Langsung* (15 Oktober 2023).

2. Deskripsi Data Penelitian Dan Responden

a. Deskripsi Data Penelitian

Data penelitian ini dikumpulkan dengan cara membagikan 93 kuesioner kepada nasabah BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pratama Bandaran. Pada penelitian ini menggunakan metode *Nonprobability Sampling* dengan teknik *Accidental Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila dipandang cocok sebagai sumber data. Demikian syarat pengolahan data dengan alat analisis SPSS 24 sampel dapat terpenuhi. Berikut rincian data penelitian dengan kuesioner yang ditunjukkan dalam table sebagai berikut:

Tabel 4.1
Rincian Penerimaan Dan Pengambilan Kuesioner

Kuesoner	Jumlah
Kuesoner yang disebarkan	93
Kuesoner yang tidak kembali	0
Kuesoner yang kembali	93
Kuesoner yang digugurkan	0
Kuesoner yang digunakan	93
Tingkat pengembalian	100%
Tingkat pengembalian yang digunakan	100%

Sumber: Data Primer diolah peneliti, 2024

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa jumlah kuisisioner yang disebarkan adalah 93, kuisisioner yang digunakan juga berjumlah 93. Jadi, tingkat pengambilan yang digunakan 100%.

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 terdiri atas:

1) Jenis kelamin

Data mengenai jenis kelamin nasabah BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pratama Bandaran yang menjadi responden pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2
Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin
Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	34	36.6	36.6	36.6
	Perempuan	59	63.4	63.4	100.0
	Total	93	100.0	100.0	

Sumber: Ouput SPSS, data primer diolah, 2024

Berdasarkan pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki berjumlah 34 orang dengan persentase 36,6% sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan berjumlah 59 orang dengan persentase 63,4%.

2) Pekerjaan

Data mengenai pekerjaan nasabah BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pratama Bandaran yang menjadi responden pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3
Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Petani	5	5.4	5.4	5.4
	Guru/Dosen	7	7.5	7.5	12.9
	PNS	3	3.2	3.2	16.1
	Wiraswasta	27	29.0	29.0	45.2
	Lain-lain	51	54.8	54.8	100.0
	Total	93	100.0	100.0	

Sumber: Ouput SPSS, data primer diolah, 2024

Berdasarkan pada tabel di atas, dapat diketahui informasi responden berdasarkan pekerjaannya yaitu responden sebagai Petani berjumlah 5 orang dengan persentase 5,4%, responden sebagai Guru/Dosen berjumlah 7 orang dengan persentase 7,5%, responden sebagai PNS berjumlah 3 orang dengan persentase 3,2%, responden sebagai Wiraswasta berjumlah 27 orang dengan persentase 29% dan lain-lain berjumlah 51 orang dengan persentase 54,8%.

3) Usia

Data mengenai usia nasabah BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pratama Bandaran yang menjadi responden pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4
Karakteristik Responden berdasarkan Usia

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<21	2	2.2	2.2	2.2
	21-30	22	23.7	23.7	25.8
	31-40	32	34.4	34.4	60.2
	41-50	30	32.3	32.3	92.5
	>50	7	7.5	7.5	100.0
	Total	93	100.0	100.0	

Sumber: Ouput SPSS, data primer diolah, 2024

Berdasarkan pada tabel di atas, dapat diketahui informasi responden berdasarkan usianya yaitu responden yang berusia kurang dari 21 tahun berjumlah 2 orang dengan persentase 2,2%, responden yang berusia 21-30 tahun berjumlah 22 orang dengan persentase 23,7%, responden yang berusia 31-40 tahun berjumlah 32 orang dengan persentase 34,4%, responden yang berusia 41-50 tahun berjumlah 30 orang dengan persentase 32,3% dan responden yang berusia lebih dari 50 tahun berjumlah 7 orang dengan persentase 7,5%.

4) Lama menjadi Nasabah (Bulan/Tahun)

Data mengenai lama menjadi nasabah BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pratama Bandaran yang menjadi responden pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5
Karakteristik Responden berdasarkan Lama menjadi Nasabah
Lama Menjadi Nasabah

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<1 Tahun	10	10.8	10.8	10.8
	1-2 Tahun	45	48.4	48.4	59.1
	2-3 Tahun	24	25.8	25.8	84.9
	3-4 Tahun	2	2.2	2.2	87.1
	>4 Tahun	12	12.9	12.9	100.0
	Total	93	100.0	100.0	

Sumber: Ouput SPSS, data primer diolah, 2024

Berdasarkan pada tabel di atas, dapat diketahui informasi responden berdasarkan lama menjadi nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pratama Bandaran yaitu responden yang menjadi nasabah kurang dari 1 tahun berjumlah 10 orang dengan persentase 10,8%, responden yang menjadi nasabah selama 1-2 tahun berjumlah 45 orang dengan persentase 48,4%, responden yang menjadi nasabah selama 2-3 tahun berjumlah 24 orang dengan persentase 25,8%, responden yang menjadi nasabah selama 3-4 tahun berjumlah 2 orang dengan persentase 2,2% dan responden yang menjadi nasabah selama lebih dari 4 tahun berjumlah 12 orang dengan persentase 12,9%.

c. Skala Pengukuran Responden

1) Tanggapan Responden tentang Variabel *Personal Selling*

(X₁)

Tanggapan dari responden terkait variabel *Personal Selling* (X₁)

dijelaskan oleh item pernyataan sebagai berikut:

Tabel 4.6
Tanggapan Responden tentang Variabel *Personal Selling* (X₁)

No Item	SS		S		N		TS		STS		Jml
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	37	39,8%	47	50,5%	7	7,5%	2	2,2%	-	-	93
2	26	28%	56	60,2%	9	9,7%	2	2,2%	-	-	93
3	29	31,2%	45	48,4%	15	16,1%	4	4,3%	-	-	93
4	28	30,1%	44	47,3%	16	17,2%	3	3,2%	2	2,2%	93
5	22	23,7%	51	54,8%	10	10,8%	7	7,5%	3	3,2%	93
6	18	19,4%	53	57%	19	20,4%	3	3,2%	-	-	93
Jml	160	-	296	-	76	-	21	-	5	-	558

Sumber: Ouput SPSS, data primer diolah, 2024

Berdasarkan table 4.5 menunjukkan bahwa responden memberikan tanggapan pada item pernyataan *Personal Selling* (X₁) dengan menjawab sangat setuju sebanyak 160, menjawab setuju sebanyak 296, menjawab netral sebanyak 76, menjawab tidak setuju sebanyak 21, dan menjawab sangat tidak setuju sebanyak 5.

2) Tanggapan Responden tentang Variabel Ikatan Finansial

(X₂)

Tanggapan dari responden terkait variabel Ikatan Finansial (X₂)

dijelaskan oleh item pernyataan sebagai berikut:

Tabel 4.7
Tanggapan Responden tentang Variabel Ikatan Finansial (X₂)

No Item	SS		S		N		TS		STS		Jml
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	43	46,2%	40	43%	6	6,5%	4	4,3%	-	-	93
2	37	39,8%	42	45,2%	8	8,6%	5	5,4%	1	1,1%	93
3	29	31,2%	49	52,7%	9	9,7%	2	2,2%	4	4,3%	93
4	22	23,7%	47	50,5%	19	20,4%	2	2,2%	3	3,2%	93
5	31	33,3%	51	54,8%	8	8,6%	2	2,2%	1	1,1%	93
6	42	45,2%	36	38,7%	12	12,9%	2	2,2%	1	1,1%	93
Jml	204	-	265	-	62	-	17	-	10	-	558

Sumber: Ouput SPSS, data primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4.6 menunjukkan bahwa responden memberikan tanggapan pada item pernyataan Ikatan Finansial (X₂) dengan menjawab sangat setuju sebanyak 204, menjawab setuju sebanyak 265, menjawab netral sebanyak 62, menjawab tidak setuju sebanyak 17, dan menjawab sangat tidak setuju sebanyak 10.

3) Tanggapan Responden tentang Variabel Loyalitas Nasabah (Y)

Tanggapan dari responden terkait variabel Loyalitas Nasabah (Y) dijelaskan oleh item pernyataan sebagai berikut:

Tabel 4.8
Tanggapan Responden tentang Variabel Loyalitas Nasabah (Y)

No Item	SS		S		N		TS		STS		Jml
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	34	36,6%	42	45,2%	12	12,9%	1	1,1%	4	4,3%	93
2	35	37,6%	41	44,1%	16	17,2%	1	1,1%	-	-	93
3	28	30,1%	43	46,2%	15	16,1%	5	5,4%	2	2,2%	93
4	30	32,3%	41	44,1%	14	15,1%	7	7,5%	1	1,1%	93
5	23	24,7%	46	49,5%	18	19,4%	5	5,4%	1	1,1%	93

6	27	29%	37	39,8%	23	24,7%	6	6,5%	-	-	93
7	42	45,2%	38	40,9%	12	12,9%	1	1,1%	-	-	93
8	23	24,7%	40	43%	16	17,2%	10	10,8%	4	4,3%	93
Jml	242	-	328	-	126	-	36	-	12	-	744

Sumber: Ouput SPSS, data primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4.7 menunjukkan bahwa responden memberikan tanggapan pada item pernyataan Loyalitas Nasabah (Y) dengan menjawab sangat setuju sebanyak 242, menjawab setuju sebanyak 328, menjawab netral sebanyak 126, menjawab tidak setuju sebanyak 36, dan menjawab sangat tidak setuju sebanyak 12.

B. Pembuktian Hipotesis

1. Uji Kualitas Data

Pada penelitian ini, instrumen penelitian yang digunakan adalah uji validitas dan uji reliabilitas. Peneliti menggunakan analisis dengan SPSS versi 24. Berikut hasil uji validitas dan uji reliabilitas.

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid tidaknya suatu kuesioner. Pengujian validitas dalam penelitian ini yaitu dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = $n - 2$, n merupakan jumlah sampel dan *alpha* ($\alpha = 5\%$). Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} dan nilai r positif, maka setiap pernyataan dikatakan valid begitupun sebaliknya.

Pada penelitian ini, besarnya df yakni 93-2 atau $df = 91$ dan $alpha (\alpha = 5\%)$, sehingga diperoleh $r_{tabel} 0,2039$. Selanjutnya hasil perhitungan menggunakan SPSS, diperoleh r_{hitung} lebih besar dari pada r_{tabel} . Hasilnya sebagai berikut:

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Variabel X₁

Item	Koefisien Korelasi	r_{tabel}	Keterangan
X1.1	0,547	0,2039	Valid
X1.2	0,568	0,2039	Valid
X1.3	0,615	0,2039	Valid
X1.4	0,623	0,2039	Valid
X1.5	0,725	0,2039	Valid
X1.6	0,556	0,2039	Valid

Sumber: Ouput SPSS, data primer diolah, 2024

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Variabel X₂

Item	Koefisien Korelasi	r_{tabel}	Keterangan
X2.1	0,483	0,2039	Valid
X2.2	0,692	0,2039	Valid
X2.3	0,675	0,2039	Valid
X2.4	0,643	0,2039	Valid
X2.5	0,584	0,2039	Valid
X2.6	0,619	0,2039	Valid

Sumber: Ouput SPSS, data primer diolah, 2024

Tabel 4.11
Hasil Uji Validitas Variabel Y

Item	Koefisien Korelasi	r_{tabel}	Keterangan
Y.1	0,577	0,2039	Valid
Y.2	0,473	0,2039	Valid
Y.3	0,658	0,2039	Valid
Y.4	0,730	0,2039	Valid
Y.5	0,613	0,2039	Valid
Y.6	0,582	0,2039	Valid
Y.7	0,426	0,2039	Valid
Y.8	0,582	0,2039	Valid

Sumber: Ouput SPSS, data primer diolah, 2024

Tabel diatas menunjukkan hasil uji validitas dalam dalam setiap pernyataan, dimana r_{hitung} pada kolom koefisien korelasi jika untuk setiap pernyataan memiliki r_{hitung} yang lebih besar dan positif dari pada nilai r_{tabel} yaitu 0,2039. Maka variabel *Personal Selling* (X_1), Ikatan Finansial (X_2) dan Loyalitas Nasabah (Y) dinyatakan valid dan dapat dilakukan pengujian selanjutnya.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi jawaban responden atas kuesioner yang diberikan. Untuk pengujian reliabilitas dapat mengacu pada nilai *Cronbach Alpha* (α), dimana suatu variabel dinyatakan reliabel apabila memiliki *Cronbach Alpha* (α) > 0,60 dan begitupun sebaliknya.

Tabel 4.12
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
X1	0,666	Reliabel
X2	0,688	Reliabel
Y	0,765	Reliabel

Sumber: Ouput SPSS, data primer diolah, 2024

Tabel diatas menunjukkan semua variabel yaitu variabel *Personal Selling* (X_1), Ikatan Finansial (X_2) dan Loyalitas Nasabah (Y) dikatakan reliabel, karena memiliki nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui adanya hubungan linear antar variabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi multikolinearitas atau tidak terjadi korelasi sempurna. Cara untuk menguji ada tidaknya multikolinearitas dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *tolerance*. Apabila nilai VIF < 10 dan *tolerance* > 0,10 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas. Hasil pengujian multikolinearitas sebagai berikut:

Tabel 4.13
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.676	3.173		1.474	.144		
	Total_X1	.808	.138	.537	5.855	.000	.711	1.407
	Total_X2	.304	.129	.217	2.365	.020	.711	1.407

a. Dependent Variable: Total_Y

Sumber: Ouput SPSS, data primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel uji multikolinearitas diatas, diperoleh nilai *tolerance* variabel bebas *Personal Selling* (X_1) dan Ikatan Finansial (X_2) yaitu 0,711 lebih besar dari 0,10. Nilai VIF variabel (X_1) dan (X_2) yaitu 1,407 artinya lebih kecil dari 10 sehingga dapat disimpulkan bahwa antar variabel bebas tidak terjadi multikolinearitas.

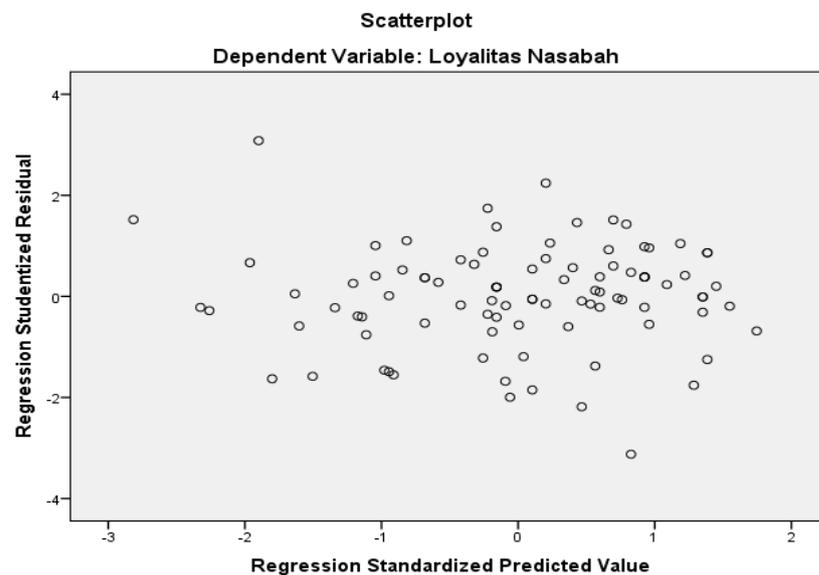
b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dengan residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Variabel dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas apabila nilai $\text{sig} > 0,05$. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat digunakan dengan uji grafik *scatterplot* dan uji *gletser*. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Hasil pengujian heteroskedastisitas sebagai berikut:

1) Uji Grafik *Scatterplot*

Dasar analisis pada uji grafik *Scatterplot* adalah tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Sedangkan jika titik-titik membentuk pola tertentu yang teratur, maka terjadi heteroskedastisitas.

Gambar 4.3
Hasil Uji Heteroskedastisitas *Scatterplot*



Sumber: Ouput SPSS, data primer diolah, 2024

Berdasarkan Gambar 4.3 diatas, grafik *Scatterplot* memperlihatkan bahwa titik-titik pada grafik tidak membentuk pola tertentu yang jelas. Dimana, titik-titik menyebar dibawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga grafik tersebut tidak bisa dibaca dengan jelas. Hasil ini menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

2) Uji Gletser

Uji heteroskedastisitas dengan uji gletser dapat dideteksi terjadi atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan membandingkan nilai signifikansi dengan tingkat kepercayaan 5%. Jika nilai sig > Alpha (0,05), maka tidak terjadi heteroskedastisitas dan begitupun sebaliknya.

Tabel 4.14
Hasil Uji Heteroskedastisitas Gletser

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.864	2.087		2.330	.022
	X1	.026	.091	.035	.286	.776
	X2	-.122	.085	-.177	-1.437	.154

a. Dependent Variable: ABS

Sumber: Ouput SPSS, data primer diolah, 2024

Berdasarkan hasil uji gletser diatas, menunjukkan bahwa nilai sig variabel X1 sebesar 0,776 dan nilai sig variabel X2 sebesar 0,154. Berdasarkan hasil tersebut, nilai sig variabel X1 dan X2 > 0,05. Maka, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk menguji apakah didalam model regresi linear ada korelasi antar kesalahan pengganggu pada sebelumnya. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi autokorelasi. Cara yang digunakan untuk mendeteksi adanya autokorelasi adalah dengan uji *Durbin*

Watson dengan taraf signifikan 5% dengan ketentuan pengambilan keputusan sebagai berikut:

Tabel 4.15
Ketentuan autokorelasi dengan menggunakan *Durbin Watson*

Hipotesis Nol	Keputusan	Nilai DW
Tidak ada autokorelasi +	Tolak	$0 < DW < dL$
Tidak ada autokorelasi +	Tidak ada keputusan	$0 < DW < dU$
Tidak ada autokorelasi -	Tolak	$4 - dL < DW < 4$
Tidak ada autokorelasi -	Tidak ada keputusan	$4 - dU < DW < 4 - dL$
Tidak ada autokorelasi +/-	Tidak ditolak	$dU < DW < 4 - dU$

Hasil uji autokorelasi berdasarkan program SPSS sebagai berikut:

Tabel 4.16
Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.679 ^a	.461	.449	3.368	2.247

a. Predictors: (Constant), Total_X2, Total_X1

b. Dependent Variable: Total_Y

Sumber: Ouput SPSS, data primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh DW sebesar 2,247 untuk mengetahui nilai d_u dapat dilihat pada tabel *Durbin Watson* dengan k (jumlah variabel independen) = 2 dan n (banyaknya sampel) = 93 dengan tingkat

signifikansi 5% (0,05), dimana diperoleh hasil $d_L = 1,6188$ dan $d_u = 1,7066$, maka kesimpulan uji *Durbin Watson* pada penelitian ini $d_u (1,7066) < DW (2,247) < 4 - d_u (2,2934)$. Sehingga, disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi autokorelasi positif / negatif.

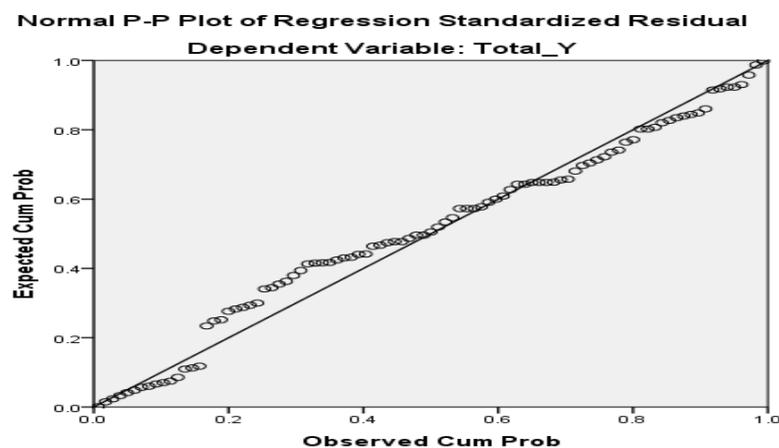
d. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah nilai residual berdistribusi normal atau tidak. Model regresi dikatakan baik jika mempunyai data variabel bebas dan data variabel terikat berdistribusi mendekati normal atau normal sama sekali. Hasil pengujian normalitas sebagai berikut:

1) Uji grafik normal *Probability Plot*

Pada metode grafik, uji normalitas digunakan dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik *Normal P-P Plot of regression standardized residual*.

Gambar 4.4
Hasil Uji Normalitas menggunakan Grafik *Probability Plot*



Sumber: Ouput SPSS, data primer diolah, 2024

Berdasarkan grafik diatas menunjukkan bahwa data atau titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

2) Uji *One-Sample Kolmogroff-Smirnov*

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah distribusi residual terdistribusi normal atau tidak. Residual berdistribusi normal jika nilai signifikansi lebih dari 0,05.

Tabel 4.17
Hasil Uji Normalitas *One-Sample Kolmogroff-Smirnov*

		Unstandardized Residual
N		93
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.33107193
Most Extreme Differences	Absolute	.100
	Positive	.052
	Negative	-.100
Test Statistic		.100
Asymp. Sig. (2-tailed)		.022 ^c
Exact Sig. (2-tailed)		.288
Point Probability		.000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Ouput SPSS, data primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel uji normalitas dengan menggunakan metode *One-Sample Kolmogroff-Smirnov* diatas, diperoleh nilai signifikan sebesar 0,288 lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4.18
Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.676	3.173		1.474	.144
	Total_X1	.808	.138	.537	5.855	.000
	Total_X2	.304	.129	.217	2.365	.020

a. Dependent Variable: Total_Y

Sumber: Ouput SPSS, data primer diolah, 2024

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda pada tabel diatas, diperoleh koefisien variabel independen *Personal Selling* (X1) = 0,808. Variabel independen Ikatan Finansial (X2) = 0,304. Konstanta (a) yang diperoleh sebesar 4,676 sehingga model persamaan ini adalah sebagai berikut:

$$Y = 4,676 + 0,808X_1 + 0,304X_2 + e$$

Dari model regresi linear diatas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- Konstanta (a) sebesar 4,676 menyatakan bahwa jika variabel independen (*Personal Selling* dan Ikatan Finansial) tidak dipertimbangkan (bernilai nol), maka Loyalitas Nasabah Loyalitas Nasabah BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pratama Bandaran Pamekasan bernilai 4,676.
- Nilai koefisien regresi variabel *Personal Selling* (X1) sebesar 0,808. Jika terjadi peningkatan sebesar 1 satuan pada variabel *Personal Selling*

(X1), maka Loyalitas Nasabah BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pratama Bandaran Pamekasan akan meningkat sebesar 0,808 satuan dengan variabel-variabel lainnya dianggap tetap.

- c. Nilai koefisien regresi variabel Ikatan Finansial (X2) sebesar 0,304. Mempunyai arti bahwa jika Ikatan Finansial (X2) meningkat sedangkan variabel lain (*Personal Selling*) adalah tetap, maka Loyalitas Nasabah BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pratama Bandaran Pamekasan meningkat sebesar 0,304 satuan.

4. Uji t (Parsial)

Uji t dilakukan untuk mengukur secara terpisah kontribusi yang ditimbulkan dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat, dengan $\alpha = 0,05$ dan dasar pengambilan keputusannya ialah jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka disimpulkan bahwa ada pengaruh variabel dependen secara parsial dan begitupun sebaliknya. Sementara itu, jika nilai sig. $< 5\%$, maka artinya variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 4.19
Hasil Analisis Uji t (Parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.676	3.173		1.474	.144
	Total_X1	.808	.138	.537	5.855	.000
	Total_X2	.304	.129	.217	2.365	.020

a. Dependent Variable: Total_Y

Sumber: Ouput SPSS, data primer diolah, 2024

Berdasarkan hasil analisis uji t (parsial) diatas, pengaruh masing-masing variabel dijelaskan sebagai berikut:

- a. Variabel *Personal Selling* (X1) diperoleh t_{hitung} sebesar 5,855 dengan taraf signifikansi 0,000. Nilai t_{tabel} untuk model regresi tersebut sebesar 1,986. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai sig. $0,000 < 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel *Personal Selling* (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pratama Bandaran Pamekasan (Y).
- b. Variabel Ikatan Finansial (X2) diperoleh t_{hitung} sebesar 2,365 dengan taraf signifikansi 0,020. Nilai t_{tabel} untuk model regresi tersebut sebesar 1,986. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai sig. $0,020 < 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Ikatan Finansial (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pratama Bandaran Pamekasan (Y).

5. Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk melihat kemampuan menyeluruh dari variabel bebas dapat atau mampu menjelaskan keberagaman variabel terikat. Dasar pengambilan keputusannya adalah $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka disimpulkan bahwa ada pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan, begitupun sebaliknya. Sedangkan jika nilai sig. $< 5\%$, artinya variabel

independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 4.20
Hasil Analisis Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	873.616	2	436.808	38.510	.000 ^b
	Residual	1020.836	90	11.343		
	Total	1894.452	92			

a. Dependent Variable: Total_Y

b. Predictors: (Constant), Total_X2, Total_X1

Sumber: Ouput SPSS, data primer diolah, 2024

Berdasarkan hasil uji F (simultan) diatas, dapat diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 38,510 dengan tingkat signifikansi 0,000. Nilai F_{tabel} untuk model regresi 3,10. Hasil uji tersebut menunjukkan bahwa nilai $F_{hitung}(38,510) > F_{tabel}(3,10)$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel X (*Personal Selling* dan Ikatan Finansial) berpengaruh secara simultan terhadap variabel Y (Loyalitas Nasabah).

6. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi merupakan angka yang digunakan untuk mengetahui kontribusi yang diberikan variabel X terhadap variabel Y.

Tabel 4.21
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.679 ^a	.461	.449	3.368

a. Predictors: (Constant), Total_X2, Total_X1

Sumber: Ouput SPSS, data primer diolah, 2024

Berdasarkan tabel tersebut, hasil analisis koefisien determinasi terlihat bahwa besarnya R Square (R^2) yaitu 0,461 atau 46,1%. Hal ini berarti sebesar 46,1% kemampuan model regresi pada penelitian ini dalam menerangkan variabel dependen. Artinya, 46,1% variabel Loyalitas Nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pratama Bandaran Pamekasan dijelaskan oleh variasi variabel independen *Personal Selling* dan Ikatan Finansial. Sedangkan sisanya ($100\% - 46,1\% = 53,9\%$) dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

C. Pembahasan

1. Pengaruh *Personal Selling* terhadap Loyalitas Nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pratama Bandaran Pamekasan

Personal Selling merupakan usaha untuk memperkenalkan suatu produk melalui komunikasi langsung (tatap muka) agar konsumen tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan.⁷ Dengan *Personal Selling* yang baik, nasabah

⁷ Sudarwati, Eny Kustiah, dan Atika Fikri Tsani, "Pengaruh Periklanan, Personal Selling, Publisitas dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Di PT. Batik Semar Surakarta)," *Manajemen Bisnis Indonesia* 4, no. 3 (Juni, 2017): 360.

akan tertarik untuk menggunakan produk-produk yang ditawarkan oleh perusahaan dan juga nantinya dapat menciptakan loyalitas sehingga nasabah akan menggunakan produk-produk tersebut secara berulang-ulang atau terus menerus. *Personal Selling* yang baik, tentunya akan dapat memenuhi kebutuhan calon nasabah dan dapat sesuai dengan harapan mereka.

Berdasarkan data deskriptif responden dari jenis kelamin sebagian besar yang mengisi data kuesioner didominasi oleh perempuan dengan persentase 63,4%, berdasarkan pekerjaan didominasi oleh pekerjaan selain petani, guru/dosen, PNS dan wiraswasta dengan persentase 54,8%, berdasarkan usia didominasi oleh usia 31-40 tahun dengan persentase 34,4%, berdasarkan lama menjadi nasabah didominasi oleh nasabah selama 1-2 tahun dengan persentase 48,4%. Maka, dari deskriptif responden tersebut dapat disimpulkan bahwa nasabah sudah mengerti dan paham bagaimana para karyawan BPRS Bhakti Sumekar dalam melakukan *Personal Selling*, dikarenakan dari segi usia mereka sudah dalam usia yang matang untuk mengerti segala sesuatu. Selain itu, respon responden dalam menjawab kuesioner pada variabel *Personal Selling* didominasi respon responden setuju sebanyak 296 jawaban, sangat setuju sebanyak 160 jawaban, netral sebanyak 76 jawaban, tidak setuju sebanyak 21 jawaban dan sangat tidak setuju sebanyak 5 jawaban. Hal ini menunjukkan bahwa *Personal Selling* yang dilakukan oleh karyawan BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pratama Bandaran sudah baik terhadap nasabahnya.

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda ($Y = 4,676 + 0,808X_1 + 0,304X_2 + e$) menunjukkan bahwa besaran koefisien regresi variabel *Personal*

Selling bernilai positif yaitu 0,808 yang berarti *Personal Selling* berbanding lurus atau searah terhadap Loyalitas Nasabah. Dimana jika terjadi peningkatan sebesar 1 satuan pada variabel *Personal Selling*, maka Loyalitas Nasabah BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pratama Bandaran akan meningkat sebesar 0,808 satuan. Selanjutnya, hasil uji t (parsial) nilai t_{hitung} variabel *Personal Selling* (X1) sebesar 5,855 dengan nilai signifikansi 0,000 dan t_{tabel} sebesar 1,986. Hal ini menunjukkan bahwa nilai $sig. 0,000 < 0,05$, dan nilai $t_{hitung} 5,855 > t_{tabel} 1,986$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya variabel *Personal Selling* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pratama Bandaran Pamekasan.

Personal Selling yang dilakukan oleh karyawan perbankan memengaruhi kepuasan para nasabahnya. Kepuasan yang didapat oleh nasabah nantinya akan berdampak positif terhadap loyalitas seorang nasabah. Jika perusahaan mampu memberikan kepuasan yang diharapkan oleh nasabah dengan memahami kebutuhan mereka melalui produk-produk yang ditawarkan, maka nasabah akan sulit untuk berpindah pada perusahaan pesaing dan dapat terulangnya kerja sama hingga terbentuknya loyalitas. Menjalin hubungan baik dengan nasabah merupakan faktor penting untuk menciptakan nasabah yang loyal terhadap perusahaan dengan memahami kebutuhan mereka.⁸

Hal ini dibuktikan dari sikap para karyawan yang ramah terhadap nasabah maupun calon nasabah, selalu menyapa mereka terlebih dahulu seperti

⁸ Dayat Suryana, *Pemasaran: Marketing*, (Bandung: Dayat Suryana, 2024), 409.

menanyakan kabar dan berbincang-bincang mengenai hal lain layaknya seorang teman sehingga nasabah merasa nyaman dan mudah akrab dengan karyawan BPRS. Demikian juga dalam hal memperkenalkan produk, para karyawan selalu memastikan produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan para nasabahnya agar dapat membantu mereka dengan mempersilahkan nasabah untuk berkonsultasi terlebih dahulu mengenai produk yang ada baik dari segi keuntungan hingga prosedur pembayarannya yang dijelaskan secara detail. Dari hasil jawaban responden, nasabah memang menunjukkan kepuasan terhadap *Personal Selling* yang dilakukan oleh karyawan BPRS, dimana produk yang ditawarkan sudah sesuai dengan harapan mereka. Hal ini terkonfirmasi dari jawaban responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 160 responden dan 296 responden menyatakan setuju. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa *Personal Selling* sudah dilaksanakan dengan baik oleh karyawan BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pratama Bandaran.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Bayu Dwihandriyanto tentang Pengaruh Dimensi Relationship Marketing, Kualitas Layanan Dan Personal Selling terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank BRI Cabang Tulungagung.⁹ Pada penelitian ini, uji parsial terhadap Loyalitas Nasabah memiliki pengaruh signifikan dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,127 dan nilai signifikansi sebesar 0,039. Dikarenakan nilai signifikansi $< 0,05$, maka *Personal*

⁹ Bayu Dwihandriyanto, "Pengaruh Dimensi Relationship Marketing, Kualitas Layanan Dan *Personal Selling* Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank BRI Cabang Tulungagung," *Revitalisasi* 6, no. 1 (Maret, 2017): 27.

Selling berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Bank BRI Cabang Tulungagung.

2. Pengaruh Ikatan Finansial terhadap Loyalitas Nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pratama Bandaran Pamekasan

Ikatan Finansial merupakan ikatan yang digunakan perusahaan atau penyedia jasa melalui manfaat ekonomi seperti harga, diskon atau potongan atau insentif keuangan yang lain.¹⁰ Membangun hubungan atau ikatan dengan para pelanggan memiliki peranan penting bagi sebuah perusahaan untuk keperluan perancangan produk dan jasa. Ikatan finansial yang diterima oleh nasabah dapat meningkatkan hubungan dengan penyedia layanan atau para karyawan, dimana hal tersebut merupakan motivasi dasar dalam membangun hubungan termasuk hubungan jangka panjang yang nantinya dapat menciptakan loyalitas nasabah.

Berdasarkan data deskriptif responden dari jenis kelamin sebagian besar yang mengisi data kuesioner didominasi oleh perempuan dengan persentase 63,4%, berdasarkan pekerjaan didominasi oleh pekerjaan selain petani, guru/dosen, PNS dan wiraswasta dengan persentase 54,8%, berdasarkan usia didominasi oleh usia 31-40 tahun dengan persentase 34,4%, berdasarkan lama menjadi nasabah didominasi oleh nasabah selama 1-2 tahun dengan persentase 48,4%. Maka, dari deskriptif responden tersebut dapat disimpulkan bahwa nasabah sudah mengerti dan paham bagaimana para karyawan BPRS Bhakti Sumekar dalam membangun ikatan finansial, dikarenakan dari segi usia mereka

¹⁰ Naili Farida, "Pengaruh Ikatan Finansial, Sosial dan Struktural Terhadap Loyalitas Nasabah Dimediasi Variabel Corporate Image (Studi Kasus Bank Negara Indonesia (BNI) Cabang UNDIP Semarang)," *Topik Utama*: 43-44.

sudah dalam usia yang matang untuk mengerti segala sesuatu. Selain itu, respon responden dalam menjawab kuesioner pada variabel Ikatan Finansial didominasi respon responden setuju sebanyak 265 jawaban, sangat setuju sebanyak 204 jawaban, netral sebanyak 62 jawaban, tidak setuju sebanyak 17 jawaban dan sangat tidak setuju sebanyak 10 jawaban. Hal ini menunjukkan bahwa Ikatan Finansial yang dilakukan oleh karyawan BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pratama Bandaran sudah baik terhadap nasabahnya.

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda ($Y = 4,676 + 0,808X_1 + 0,304X_2 + e$) menunjukkan bahwa besaran koefisien regresi variabel Ikatan Finansial bernilai positif yaitu 0,808 yang berarti Ikatan Finansial berbanding lurus atau searah terhadap Loyalitas Nasabah. Dimana jika terjadi peningkatan sebesar 1 satuan pada variabel Ikatan Finansial, maka Loyalitas Nasabah BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pratama Bandaran akan meningkat sebesar 0,808 satuan. Selanjutnya, hasil uji t (parsial) nilai t_{hitung} variabel Ikatan Finansial (X_2) sebesar 2,365 dengan nilai signifikansi 0,020 dan t_{tabel} sebesar 1,986. Hal ini menunjukkan bahwa nilai sig. $0,020 < 0,05$, dan nilai $t_{hitung} 2,365 > t_{tabel} 1,986$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya variabel Ikatan Finansial berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pratama Bandaran Pamekasan.

Kegiatan membangun kesetiaan pelanggan melalui ikatan finansial penting dilakukan dalam kegiatan pemasaran, dikarenakan hal tersebut dapat memengaruhi dan meningkatkan loyalitas. Dalam mengembangkan loyalitas nasabah melalui ikatan finansial, perusahaan dapat memberikan penghargaan

kepada pelanggan yang sering membeli produk maupun menggunakan jasa perusahaan dengan melalui hadiah langsung yang diberikan, poin kumulatif yang diberikan dan undian hadiah yang diberikan, dimana untuk undian yang tidak mengandung mudarat atau kerusakan seperti undian dalam arisan, kuis berhadiah atau undian berhadiah sebagai promosi dari perusahaan-perusahaan Islam membolehkannya. Hal tersebut dapat menciptakan ikatan yang kuat dengan pelanggan. Ikatan hubungan yang kuat dapat menciptakan kepuasan pelanggan. Jika kepuasan yang dirasakan terus - menerus dalam jangka lama, maka akan menumbuhkan loyalitas pelanggan terhadap suatu perusahaan.¹¹

Hal ini dibuktikan dari pemberian reward yang dilakukan oleh BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pratama Bandaran kepada para nasabahnya pada produk-produk tertentu untuk menumbuhkan loyalitas mereka. Seperti pada produk Tabungan Barokah, nasabah akan berkesempatan mendapatkan hadiah langsung berupa minyak goreng dari BPRS Bhakti Sumekar KCP Bandaran jika saldo nasabah mengendap Rp. 50 juta selama 3 bulan berturut-turut. Pada produk gadai emas nasabah juga berkesempatan mendapatkan hadiah langsung berupa minyak goreng bagi nasabah perempuan dan akan mendapatkan sarung bagi nasabah laki-laki dari BPRS Bhakti Sumekar KCP Bandaran jika menggadaikan emas sebesar Rp. 30 juta ke atas. Setiap nasabah dapat menerima 1 poin kumulatif ketika kelipatan saldo sebesar Rp. 100.000 pada tabungan ukhuwah. Selain itu juga ada *reward* lainnya, seperti

¹¹ Iqbal Arraniri., dkk, Manajemen Pemasaran, (t.t: Yayasan Cendikia Mulia Mandiri, 2022), 104-105.

payung, jam dinding, kotak tisu, bantal leher, dan bantal kursi mobil yang bertuliskan BPRS Bhakti Sumekar.

Dari hasil jawaban responden, nasabah memang menunjukkan kepuasannya terhadap Ikatan Finansial yang dilakukan oleh BPRS, dimana reward yang diberikan telah dirasakan oleh para nasabah yang menggunakan produk dan layanan dari BPRS. Hal ini terkonfirmasi dari jawaban responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 204 responden dan 265 responden menyatakan setuju. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa Ikatan Finansial sudah dilaksanakan dengan baik oleh BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pratama Bandaran.

Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Sabtarina Kusumaningsih dan Titik Rianawati, tentang Pengaruh Ikatan Keuangan, Sosial Dan Struktural terhadap Loyalitas Nasabah pada KSP Bangun Bersama Semarang.¹² Pada penelitian ini, uji parsial terhadap Loyalitas Nasabah memiliki pengaruh signifikan dengan nilai t_{hitung} sebesar 5,850 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Dikarenakan nilai signifikansi $< 0,05$, maka Ikatan Finansial berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah pada KSP Bangun Bersama Semarang.

¹² Sabtarini Kusumaningsih, Titik Rianawati, "Pengaruh Ikatan Keuangan Sosial Dan Struktural Terhadap Loyalitas Nasabah pada KSP Bangun Bersama Semarang," *Jumbiwira* 1, no. 1 (April: 2022): 45.

3. *Personal Selling* Dan Ikatan Finansial Berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pratama Bandaran Pamekasan

Berdasarkan hasil uji F (Simultan) diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 38,510 dengan tingkat signifikansi 0,000 dan nilai F_{tabel} sebesar 3,10. Hal ini menunjukkan bahwa nilai sig. $0,000 < 0,05$ dan nilai $F_{hitung} 38,510 > F_{tabel} 3,10$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima yaitu *Personal Selling* dan Ikatan Finansial secara simultan berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pratama Bandaran Pamekasan. Oleh karena itu, *Personal Selling* dan Ikatan Finansial perlu dipertahankan dan ditingkatkan lagi agar nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pratama Bandaran dapat terus meningkat.

Dari hasil analisis koefisien determinasi terlihat bahwa besarnya *R Square* sebesar 0,461 atau 46,1%. Hal ini membuktikan bahwa kemampuan model regresi pada penelitian ini 46,1% variabel Loyalitas Nasabah dijelaskan oleh variasi variabel independen *Personal Selling* dan Ikatan Finansial, sedangkan sisanya 53,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Nilai koefisien determinasi yang kecil bermakna bahwa kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Sebaliknya jika nilai koefisien determinasi berada diatas 0,5 dan mendekati 1, bermakna variabel-variabel independen memiliki kemampuan memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

Apabila *Personal Selling* dan Ikatan Finansial baik, maka akan semakin berpengaruh dalam meningkatkan loyalitas nasabah di BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pratama Bandaran Pamekasan. penerapan strategi *Personal Selling* yang baik akan berdampak pada loyalitas nasabah, kemudian disertai ikatan finansial yang bertujuan membangun hubungan jangka panjang yang baik dengan nasabah, maka juga akan berdampak pada loyalitas nasabah. Hal ini dibuktikan berdasarkan jawaban responden, dimana banyak responden menjawab sangat setuju dan setuju atas indikator dari masing-masing variabel, yakni *Personal Selling* dan Ikatan Finansial. Dengan demikian, hal tersebut harus terus ditingkatkan agar berpengaruh positif terhadap BPRS Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pratama Bandaran Pamekasan dalam menciptakan loyalitas para nasabahnya.