

BAB IV

LAPORAN HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

1. Gambaran Umum lokasi penelitian

a. Profil Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Antasari Banjarmasin

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam ialah salah satu fakultas yang terdapat di Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin. Saat sebelum tahun 2018, fakultas ini ialah bagian dari Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam. Berdasarkan pada Peraturan Menteri Agama Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2017 tentang Organisasi serta Tata Kerja Universitas Islam Negeri Antasari, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam diresmikan oleh Menteri Agama RI, Bapak Drs. H. Lukman Hakim Saifuddin bertepatan pada tanggal 27 Februari 2018 dengan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang pertama, yaitu Bapak H. Fathurrahman Azhari, M.H.I. (2017-2021), dan sekarang Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yaitu Bapak Dr. H. Sukarni, M.Ag. (2022-Sekarang). Saat ini, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam memiliki 3 Program Studi, yaitu Program Studi S1 Ekonomi Syariah, Program Studi S1 Perbankan Syariah, dan Program Studi S1 Asuransi Syariah (febi.uin-antasari.ac.id).

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam memiliki beberapa visi dan misi, yaitu:

- 1) Visi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam: Menjadi Fakultas yang unggul dan berakhlak dengan mengintegrasikan ilmu ekonomi dan bisnis syariah dan ke-Indonesiaan di Regional Kalimantan pada tahun 2026 dan Kawasan Indonesia Timur pada tahun 2032.

2) Misi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

- a) Menyelenggarakan pendidikan dan pengajaran yang unggul dan berakhlak dalam bidang ilmu ekonomi dan bisnis Islam yang terintegrasi dengan kebangsaan, berbasis karakter, dan kearifan lokal, serta berwawasan global.
- b) Mengembangkan riset ilmu ekonomi dan bisnis Islam yang relevan dengan kebutuhan masyarakat dan berdampak terhadap kelestarian alam.
- c) Mengembangkan pola pengabdian yang relevan dengan kebutuhan masyarakat.
- d) Membangun kepercayaan dan kerja sama yang saling menguntungkan dengan instansi dan lembaga keuangan yang terkait dalam lingkup regional, nasional, dan internasional, dan
- e) Mengembangkan tata kelola berdasarkan manajemen modern dalam rangka mencapai kepuasan civitas akademika dan para pemangku kepentingan.

b. Sejarah Singkat Bank Syariah Indonesia (BSI)

1) Sejarah Bank Syariah Indonesia (BSI)

Dikutip dari website Bank Syariah Indonesia (bank.co.id, 2021) Indonesia selaku negara dengan penduduk muslim terbanyak di dunia, memiliki kemampuan untuk menjadi yang terdepan dalam industri keuangan syariah. Meningkatnya pemahaman masyarakat terdapat halal matter serta dukungan stakeholder yang kuat, merupakan faktor penting dalam pengembangan ekosistem industri halal di Indonesia. Termasuk di dalamnya adalah Bank Syariah.

Bank syariah memainkan peran penting selaku fasilitator pada segala aktivitas ekonomi dalam ekosistem industri halal. Keberadaan industri perbankan syariah di Indonesia sendiri sudah mengalami peningkatan serta pengembangan yang signifikan dalam kurun 3 dekade ini. Inovasi produk, peningkatan pelayanan, serta pengembangan jaringan menunjukkan trend positif dari tahun ketahun. Apalagi, semangat untuk melaksanakan percepatan juga tercermin dari banyaknya Bank Syariah yang melaksanakan aksi korporasi. Tidak terkecuali dengan Bank Syariah yang dimiliki Bank BUMN, yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah.

Pada 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRI Syariah menjadi satu entitas ialah Bank Syariah Indonesia (BSI). Penggabungan ini hendak menyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah sehingga memperkenalkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, dan mempunyai kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) dan komitmen pemerintah lewat kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong untuk bisa bersaing tingkat global.

Penggabungan ketiga Bank Syariah tersebut ialah ikhtiar buat melahirkan Bank Syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional dan berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cerminan wajah perbankan syariah di Indonesia yang modern, universal, serta memberikan kebaikan untuk segenap alam (Rahmatan Lil'Aalamiin).

2) Visi dan Misi Bank Syariah Indonesia (BSI), yaitu :

a) Visi Bank Syariah Indonesia (BSI)

TOP 10 GLOBAL ISLAMIC BANK

b) Misi Bank Syariah Indonesia (BSI)

- i. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia. Melayani >20 juta nasabah dan menjadi top 5 Bank berdasarkan asset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025.
- ii. Menjadi Bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham. Top 5 Bank yang paling profitabel di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2).
- iii. 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.

3) Logo dan Makna Bank Syariah Indonesia (BSI)

a) Logo Bank Syariah Indonesia (BSI)

Gambar Logo Bank Syariah Indonesia



Sumber: https://id.m.wikipedia.org/wiki/Berkas:Bank_Syariah_Indonesia.svg

b) Makna Logo Bank Syariah Indonesia (BSI)

Logo BSI secara keseluruhan dominan berwarna hijau dan putih dengan bertuliskan BSI disertai lambang bintang berwarna kuning di ujung sebelah kanan dari tulisan, yang bertepatan pada huruf "I". Dibawah tulisan BSI dicantumkan "Bank Syariah Indonesia". Filosofi

lambang bintang warna kuning mempunyai lima sudut maknanya Pancasila yang mempunyai lima sila dan lima rukun Islam.

- 4) Produk Bank Syariah Indonesia
 - a) Tabungan, yaitu BSI Tabungan Easy Mudharabah, BSI Tabungan Easy Wadiah, BSI Tabungan Bisnis, BSI Tabungan Haji, BSI Tabungan Haji Muda, BSI Tabungan Efek Syariah, BSI Tabungan Junior, BSI Tabungan Mahasiswa, BSI Tabungan Payroll, BSI Tabunganku, BSI Tabungan Pendidikan, BSI Tabungan Pensiun, BSI Tabungan Prima, BSI Tabungan Rencana, BSI Tabungan Simpanan Pelajar, BSI Tabungan Smart, BSI Tabungan Valas, BSI Tabungan Kolektif.
 - b) Giro, yaitu BSI Giro Rupiah dan BSI Giro Valas.
 - c) Pembiayaan, yaitu BSI *Bilateral Financing*, BSI *Cash Collateral*, BSI Distributor Financing, BSI Griya Hasanah, BSI Griya Simuda, BSI Griya Mabrur, BSI Griya Take Over, BSI KUR Sejahtera, BSI KUR Mikro.
 - d) Kartu, yaitu BSI Kartu Haji, BSI Debit GPN, BSI Debit VISA, BSI Debit SaBi, BSI Debit OTP, BSI Debit SimPel, BSI Hasanah Card
 - e) Digital, yaitu BSI Mobile dan BSI Internet Banking

2. Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam survei ini berdasarkan pada jenis kelamin, jurusan/prodi, angkatan, dan asal.

- a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.1
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Laki-Laki	14	14%

Perempuan	46	46%
Total	60	60%

Sumber: Data Diolah (Hasil Penelitian), 2023.

Dari data diatas menurut jenis kelamin di peroleh jumlah responden laki-laki sebanyak 15 responden dengan persentase 15% dan jumlah responden perempuan sebanyak 45 responden dengan persentase 45%.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan/Prodi

Tabel 4.2
Responden Berdasarkan Jurusan/Prodi

Jurusan/Prodi	Jumlah	Persentase (%)
Ekonomi Syariah	22	22%
Perbankan Syariah	34	34%
Asuransi Syariah	4	4%
Total	60	60%

Sumber: Data Diolah (Hasil Penelitian), 2023.

Dari data tersebut jumlah responden dari Jurusan Ekonomi Syariah berjumlah 22 orang, dari Jurusan Perbankan Syariah berjumlah 34 orang, dan dari Jurusan Asuransi Syariah berjumlah 4 orang.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan

Tabel 4.3
Responden Berdasarkan Angkatan

Angkatan	Jumlah	Persentase (%)
2019	35	35%
2020	12	12%
2021	13	13%

Total	60	60%
--------------	-----------	------------

Sumber: Data Diolah (Hasil Penelitian), 2023.

Dari data jumlah responden untuk angkatan 2019 sebanyak 35 orang, angkatan 2020 sebanyak 12 orang, dan untuk angkatan 2021 sebanyak 13 orang.

d. Karakteristik Responden Berdasarkan Asal

Tabel 4.4
Responden Berdasarkan Asal

Asal	Jumlah	Persentase (%)
Amuntai	1	1%
Banjarmasin	14	14%
Banjarbaru	4	4%
Sungai Tabuk	1	1%
Tabalong	4	4%
Martapura	2	2%
Kapuas	4	4%
Kotabaru	4	4%
Kab. Banjar	3	3%
Tapin	2	2%
Balangan	2	2%
Pengaron	1	1%
Tanah Bumbu	5	5%
Gambut	4	4%
Sebuku	1	1%
Barabai	1	1%
Kandangan	1	1%

Sampit	3	3%
Marabahan	1	1%
Rantau	2	2%
Jumlah	60	60%

Sumber: Data Diolah (Hasil Penelitian), 2023.

Dari data jumlah responden berdasarkan asal dari Amuntai berjumlah 1 orang, dari Banjarmasin berjumlah 14 orang, dari Banjarbaru berjumlah 4 orang, dari Sungai Tabuk 1 orang, dari Tabalong 4 orang, dari Martapura 2 orang, dari Kapuas 2 orang, dari Kotabaru 4 orang, dari Kab. Banjar 3 orang, dari Tapin 2 orang, dari Balangan 2 orang, dari Pengaron 2 orang, dari Tanah Bumbu 5 orang, dari Gambut 4 orang, dari sebuku 1 orang, dari Barabai 1 orang, dari Kandungan 1 orang, dari Sampit 3 orang, dari Marabahan 1 orang, dan dari Rantau 2 orang responden.

3. Deskripsi Variabel Penelitian

a. Variabel Kualitas Produk (X_1)

Pada variabel ini terdapat 7 indikator yaitu kinerja produk, ketahanan produk, kesesuaian dengan spesifikasi, karakteristik produk, reliabilitas produk, estetika produk, dan kesan kualitas.

1) Kinerja Produk

- a) Kinerja pengoperasian produk tabungan di Bank Syariah Indonesia yang ada di Provinsi Kalimantan Selatan sesuai keinginan nasabah.

Tabel 4.5
Tanggapan Responden Mengenai Kinerja Produk
Tabungan Sesuai Keinginan Nasabah

No.	Pilihan Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	3	3%
3.	Netral	16	16%
4.	Setuju	34	34%
5.	Sangat Setuju	7	7%
Total		60	60%

Sumber: Data Diolah (Hasil Penelitian), 2023.

Berdasarkan data jumlah responden yang memilih jawaban sangat tidak setuju sebanyak 0 orang (0%), tidak setuju sebanyak 3 orang (3%), netral sebanyak 16 orang (16%), setuju sebanyak 34 orang (34%), dan sangat setuju sebanyak 7 orang (7%).

- b) Produk tabungan di Bank Syariah Indonesia adalah produk-produk yang memiliki kinerja yang tinggi untuk memuaskan nasabah.

Tabel 4.6
Tanggapan Responden Mengenai Kinerja Produk
Tabungan yang Tinggi untuk Memuaskan Nasabah

No.	Pilihan Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	2	2%
3.	Netral	17	17%
4.	Setuju	27	27%
5.	Sangat Setuju	14	14%

Total	60	60%
--------------	-----------	------------

Sumber: Data Diolah (Hasil Penelitian), 2023.

Berdasarkan data jumlah responden yang memilih jawaban sangat tidak setuju berjumlah 0 orang (0%), tidak setuju berjumlah 2 orang (2%), netral berjumlah 17 orang (17%), setuju berjumlah 27 orang (27%), dan sangat setuju berjumlah 14 orang (14%).

2) Ketahanan Produk

- a) Kualitas Produk tabungan di Bank Syariah Indonesia yang ada di Provinsi Kalimantan Selatan terjamin keamanannya.

Tabel 4.7
Tanggapan Responden Mengenai Ketahanan
Produk Tabungan di Bank Syariah Terjamin
Keamanannya

No.	Pilihan Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	3	3%
3.	Netral	10	10%
4.	Setuju	37	37%
5.	Sangat Setuju	10	10%
Total		60	60%

Sumber: Data Diolah (Hasil Penelitian), 2023.

Berdasarkan data jumlah responden yang memilih jawaban sangat tidak setuju berjumlah 0 orang (0%), tidak setuju berjumlah 3 orang (3%), netral

berjumlah 10 orang (10%), setuju berjumlah 37 orang (37%), dan sangat setuju berjumlah 10 orang (10%).

- b) Produk-produk Perbankan yang ditawarkan oleh Bank Syariah adalah produk yang memiliki kehandalan yang tinggi terhadap kebutuhan nasabah.

Tabel 4.8
Tanggapan Responden Mengenai Produk Bank Syariah yang Memiliki Kehandalan yang Tinggi terhadap Kebutuhan Nasabah

No.	Pilihan Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	2	2%
3.	Netral	21	21%
4.	Setuju	28	28%
5.	Sangat Setuju	9	9%
Total		60	60%

Sumber: Data Diolah (Hasil Penelitian), 2023.

Berdasarkan data jumlah responden yang memilih jawaban sangat tidak setuju berjumlah 0 orang (0%), tidak setuju berjumlah 2 orang (2%), netral berjumlah 8 orang (8%), setuju berjumlah 28 orang (28%), dan sangat setuju berjumlah 9 orang (9%).

3) Kesesuaian dengan Spesifikasi

- a) Produk tabungan Bank Syariah Indonesia di Provinsi Kalimantan Selatan sesuai dengan syariah.

Tabel 4.9
Tanggapan Responden Mengenai Produk Tabungan Bank Syariah yang sesuai dengan syariah

No.	Pilihan Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
-----	-----------------	--------	----------------

1.	Sangat Tidak Setuju	1	1%
2.	Tidak Setuju	3	3%
3.	Netral	8	8%
4.	Setuju	33	33%
5.	Sangat Setuju	15	15%
Total		60	60%

Sumber: Data Diolah (Hasil Penelitian), 2023.

Berdasarkan data jumlah responden yang memilih jawaban sangat tidak setuju berjumlah 1 orang (1%), tidak setuju berjumlah 3 orang (3%), netral berjumlah 8 orang (8%), setuju berjumlah 33 orang (33%), dan sangat setuju berjumlah 15 orang (15%).

4) Karakteristik Produk

- a) Keuntungan Produk tabungan di Bank Syariah Indonesia Menerapkan Bagi Hasil yang Kompetitif.

Tabel 4.10
Tanggapan Responden Mengenai Keuntungan
Produk Tabungan Bank Syariah Menerapkan Bagi
Hasil yang Kompetitif

No.	Pilihan Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	1	1%
2.	Tidak Setuju	3	3%
3.	Netral	16	16%
4.	Setuju	30	30%
5.	Sangat Setuju	10	10%
Total		60	60%

Sumber: Data Diolah (Hasil Penelitian), 2023.

Berdasarkan data jumlah responden yang memilih jawaban sangat tidak setuju berjumlah 1 orang (1%), tidak setuju berjumlah 3 orang (3%), netral berjumlah 16 orang (16%), setuju berjumlah 30 orang (30%), dan sangat setuju berjumlah 10 orang (10%).

5) Reliabilitas Produk

- a) Produk tabungan Bank Syariah Indonesia Provinsi Kalimantan Selatan Nyaman dan Mudah.

Tabel 4.11
Tanggapan Responden Mengenai Produk Tabungan Bank Syariah Nyaman dan Mudah

No.	Pilihan Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	2	2%
2.	Tidak Setuju	2	2%
3.	Netral	12	12%
4.	Setuju	30	30%
5.	Sangat Setuju	14	14%
Total		60	60%

Sumber: Data Diolah (Hasil Penelitian), 2023.

Berdasarkan data jumlah responden yang memilih jawaban sangat tidak setuju berjumlah 2 orang (2%), tidak setuju berjumlah 2 orang (2%), netral berjumlah 12 orang (12%), setuju berjumlah 30 orang (30%), dan sangat setuju berjumlah 14 orang (14%).

6) Estetika Produk

- a) Produk tabungan Bank Syariah Indonesia Provinsi Kalimantan Selatan Memiliki Daya Tarik Khusus Kepada Nasabah.

Tabel 4.12
Tanggapan Responden Mengenai Produk Tabungan Bank Syariah Memiliki Daya Tarik Khusus Kepada Nasabah

No.	Pilihan Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	1	1%
2.	Tidak Setuju	3	3%
3.	Netral	18	18%
4.	Setuju	26	26%
5.	Sangat Setuju	12	12%
Total		60	60%

Sumber: Data Diolah (Hasil Penelitian), 2023.

Berdasarkan data jumlah responden yang memilih jawaban sangat tidak setuju berjumlah 1 orang (1%), tidak setuju berjumlah 3 orang (3%), netral berjumlah 18 orang (18%), setuju berjumlah 26 orang (26%), dan sangat setuju berjumlah 12 orang (12%).

7) Kesan Kualitas

- a) Produk Tabungan Bank Syariah Provinsi Kalimantan Selatan Sangat Berkualitas.

Tabel 4.13
Tanggapan Responden Mengenai Produk Tabungan Bank Syariah Sangat Berkualitas

No.	Pilihan Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
-----	-----------------	--------	----------------

1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	2	2%
3.	Netral	18	18%
4.	Setuju	31	31%
5.	Sangat Setuju	9	9%
Total		60	60%

Sumber: Data Diolah (Hasil Penelitian), 2023.

Berdasarkan data jumlah responden yang memilih jawaban sangat tidak setuju berjumlah 0 orang (0%), tidak setuju berjumlah 2 orang (2%), netral berjumlah 18 orang (18%), setuju berjumlah 31 orang (31%), dan sangat setuju berjumlah 9 orang (9%).

- b) Produk Tabungan Bank Syariah Sudah Sesuai dengan Keinginan Saya.

Tabel 4.14
Tanggapan Responden Mengenai Produk Tabungan Bank Syariah Sesuai dengan Keinginan Nasabah

No.	Pilihan Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	2	2%
2.	Tidak Setuju	2	2%
3.	Netral	16	16%
4.	Setuju	28	28%
5.	Sangat Setuju	12	12%
Total		60	60%

Sumber: Data Diolah (Hasil Penelitian), 2023.

Berdasarkan data jumlah responden yang memilih jawaban sangat tidak setuju berjumlah 2 orang (2%), tidak setuju berjumlah 2 orang (2%), netral berjumlah 16 orang (16%), setuju berjumlah 28 orang (28%), dan sangat setuju berjumlah 12 orang (12%).

b. Variabel Kualitas Layanan (X_2)

Pada Variabel ini terdapat 7 indikator yaitu bertanggung jawab kepada nasabah, melayani secara cepat dan tepat, mampu berkomunikasi, memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi, memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik, berusaha memahami kebutuhan nasabah, memberikan kepercayaan nasabah.

1) Bertanggung Jawab Kepada Nasabah

- a) Karyawan Bank Syariah Indonesia Provinsi Kalimantan Selatan Selalu Membantu Nasabah untuk Mengetahui Kebutuhannya.

Tabel 4.15
Tanggapan Responden Mengenai Karyawan Bank Syariah Indonesia yang Selalu Membantu Nasabah untuk Mengetahui Kebutuhannya

No.	Pilihan Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	1	1%
3.	Netral	12	12%
4.	Setuju	26	26%
5.	Sangat Setuju	21	21%
Total		60	60%

Sumber: Data Diolah (Hasil Penelitian), 2023.

Berdasarkan data jumlah responden yang memilih jawaban sangat tidak setuju berjumlah 0 orang (0%), tidak setuju berjumlah 1 orang (1%), netral berjumlah 12 orang (12%), setuju berjumlah 26 orang (26%), dan sangat setuju berjumlah 21 orang (21%).

2) Melayani Secara Cepat dan Tepat

- a) Karyawan Bank Syariah Indonesia Provinsi Kalimantan Selatan Memberikan Pelayanan dengan Sopan dan Ramah kepada Nasabah.

Tabel 4.16
Tanggapan Responden Mengenai Karyawan Bank Syariah Indonesia Memberikan Pelayanan dengan Sopan dan Ramah kepada Nasabah

No.	Pilihan Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	2	2%
3.	Netral	6	6%
4.	Setuju	25	25%
5.	Sangat Setuju	27	27%
Total		60	60%

Sumber: Data Diolah (Hasil Penelitian), 2023.

Berdasarkan data jumlah responden yang memilih jawaban sangat tidak setuju berjumlah 0 orang (0%), tidak setuju berjumlah 2 orang (2%), netral berjumlah 6 orang (6%), setuju berjumlah 25 orang (25%), dan sangat setuju berjumlah 27 orang (27%).

- b) Karyawan Bank Syariah Indonesia Bersungguh-sungguh Melayani Nasabah dengan Sepenuh Hati.

Tabel 4.17
Tanggapan Responden Mengenai Karyawan Bank Syariah Indonesia Bersungguh-sungguh Melayani Nasabah dengan Sepenuh Hati

No.	Pilihan Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	1	1%
3.	Netral	12	12%
4.	Setuju	28	28%
5.	Sangat Setuju	19	19%
Total		60	60%

Sumber: Data Diolah (Hasil Penelitian), 2023.

Berdasarkan data jumlah responden yang memilih jawaban sangat tidak setuju berjumlah 0 orang (0%), tidak setuju berjumlah 1 orang (1%), netral berjumlah 12 orang (12%), setuju berjumlah 28 orang (28%), dan sangat setuju berjumlah 19 orang (19%).

- c) Karyawan Bank Syariah Indonesia Provinsi Kalimantan Selatan Memberikan Pelayanan yang Optimal dan Efisien kepada Nasabah.

Tabel 4.18
Tanggapan Responden Mengenai Karyawan Bank Syariah Indonesia Memberikan Pelayanan yang Optimal dan Efisien kepada Nasabah

No.	Pilihan Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	1	1%
2.	Tidak Setuju	1	1%

3.	Netral	8	8%
4.	Setuju	32	32%
5.	Sangat Setuju	18	18%
Total		60	60%

Sumber: Data Diolah (Hasil Penelitian), 2023.

Berdasarkan data jumlah responden yang memilih jawaban sangat tidak setuju berjumlah 1 orang (1%), tidak setuju berjumlah 1 orang (1%), netral berjumlah 8 orang (8%), setuju berjumlah 32 orang (32%), dan sangat setuju berjumlah 18 orang (18%).

3) Mampu Berkomunikasi

- a) Karyawan Bank Syariah Indonesia Memberikan Informasi Secara Jelas kepada Nasabah dan Mudah untuk dipahami.

Tabel 4.19
Tanggapan Responden Mengenai Karyawan Bank Syariah Indonesia Memberikan Informasi Secara Jelas kepada Nasabah dan Mudah untuk dipahami

No.	Pilihan Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	1	1%
3.	Netral	14	14%
4.	Setuju	27	27%
5.	Sangat Setuju	18	18%
Total		60	60%

Sumber: Data Diolah (Hasil Penelitian), 2023.

Berdasarkan data jumlah responden yang memilih jawaban sangat tidak setuju berjumlah 0 orang (0%), tidak setuju berjumlah 1 orang (1%), netral berjumlah 14 orang (14%), setuju berjumlah 27 orang (27%), dan sangat setuju berjumlah 18 orang (18%).

- 4) Memberikan Jaminan Kerahasiaan Setiap Transaksi
- a) Karyawan Bank Syariah Indonesia Provinsi Kalimantan Selatan Memberikan Pelayanan yang Terpercaya dan Memberikan Kerahasiaan dalam Melakukan Transaksi.

Tabel 4.20
Tanggapan Responden Mengenai Karyawan Bank Syariah Indonesia Memberikan Pelayanan yang Terpercaya dan Memberikan Kerahasiaan dalam Melakukan Transaksi

No.	Pilihan Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	1	1%
3.	Netral	9	9%
4.	Setuju	30	30%
5.	Sangat Setuju	20	20%
Total		60	60%

Sumber: Data Diolah (Hasil Penelitian), 2023.

Berdasarkan data jumlah responden yang memilih jawaban sangat tidak setuju berjumlah 0 orang (0%), tidak setuju berjumlah 1 orang (1%), netral berjumlah 9 orang (9%), setuju berjumlah 30 orang (30%), dan sangat setuju berjumlah 20 orang (20%).

5) Memiliki Pengetahuan dan Kemampuan yang Baik

- a) Karyawan Bank Syariah Indonesia Provinsi Kalimantan Selatan Memiliki Pengetahuan Memadai dalam Menyampaikan Informasi kepada Nasabah.

Tabel 4.21
Tanggapan Responden Mengenai Karyawan Bank Syariah Indonesia Memiliki Pengetahuan Memadai dalam Menyampaikan Informasi kepada Nasabah

No.	Pilihan Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	1	1%
3.	Netral	8	9%
4.	Setuju	35	30%
5.	Sangat Setuju	16	20%
Total		60	60%

Sumber: Data Diolah (Hasil Penelitian), 2023.

Berdasarkan data jumlah responden yang memilih jawaban sangat tidak setuju berjumlah 0 orang (0%), tidak setuju berjumlah 1 orang (1%), netral berjumlah 8 orang (8%), setuju berjumlah 35 orang (35%), dan sangat setuju berjumlah 16 orang (16%).

6) Berusaha Memahami Kebutuhan Nasabah

- a) Karyawan Bank Syariah Indonesia Memberi Solusi Tepat Atas Masalah yang dihadapi Nasabah Terkait Jasa Bank.

Tabel 4.22
Tanggapan Responden Mengenai Karyawan Bank
Syariah Indonesia Memberi Solusi Tepat Atas
Masalah yang dihadapi Nasabah Terkait Jasa Bank

No.	Pilihan Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	1	0%
2.	Tidak Setuju	1	1%
3.	Netral	11	9%
4.	Setuju	35	30%
5.	Sangat Setuju	12	20%
Total		60	60%

Sumber: Data Diolah (Hasil Penelitian), 2023.

Berdasarkan data jumlah responden yang memilih jawaban sangat tidak setuju berjumlah 1 orang (1%), tidak setuju berjumlah 1 orang (1%), netral berjumlah 11 orang (11%), setuju berjumlah 35 orang (35%), dan sangat setuju berjumlah 12 orang (12%).

- 7) Memberikan Kepercayaan kepada Nasabah
- a) Sarana Prasarana Fisik Bank Syariah Indonesia Provinsi Kalimantan Selatan Memadai.

Tabel 4.23
Tanggapan Responden Mengenai Sarana Prasarana
Fisik Bank Syariah Indonesia Provinsi Kalimantan
Selatan Memadai

No.	Pilihan Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	2	2%
2.	Tidak Setuju	1	1%
3.	Netral	13	13%
4.	Setuju	31	31%

5.	Sangat Setuju	13	13%
Total		60	60%

Sumber: Data Diolah (Hasil Penelitian), 2023.

Berdasarkan data jumlah responden yang memilih jawaban sangat tidak setuju berjumlah 2 orang (2%), tidak setuju berjumlah 1 orang (1%), netral berjumlah 13 orang (13%), setuju berjumlah 31 orang (31%), dan sangat setuju berjumlah 13 orang (13%).

- b) Karyawan Bank Syariah Indonesia Provinsi Kalimantan Selatan Selalu Meminta Maaf Atas Setiap Komplain dan Ketidaknyamanan yang Diajukan Oleh Nasabah dan Mengucapkan Terima Kasih Serta Salam Diakhir Pelayanan.

Tabel 4.24
Tanggapan Responden Mengenai Karyawan Bank Syariah Indonesia Selalu Meminta Maaf Atas Setiap Komplain dan Ketidaknyamanan yang Diajukan Oleh Nasabah dan Mengucapkan Terima Kasih Serta Salam Diakhir Pelayanan

No.	Pilihan Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	1	1%
2.	Tidak Setuju	1	1%
3.	Netral	11	11%
4.	Setuju	29	29%
5.	Sangat Setuju	18	18%
Total		60	60%

Sumber: Data Diolah (Hasil Penelitian), 2023.

Berdasarkan data jumlah responden yang memilih jawaban sangat tidak setuju berjumlah 1 orang

(1%), tidak setuju berjumlah 1 orang (1%), netral berjumlah 11 orang (11%), setuju berjumlah 29 orang (29%), dan sangat setuju berjumlah 18 orang (18%).

c. Variabel Promosi (X_3)

Pada Variabel ini terdapat 7 indikator yaitu promosi sangat menarik, promosi melalui media cetak dan elektronik, promosi terkait produk ada di setiap Bank Syariah, promosi melalui bantuan Bank Syariah kepada masyarakat, promosi produk Bank Syariah profesional, promosi Bank Syariah secara langsung, promosi Bank Syariah melalui kegiatan pameran, event, serta kegiatan lain.

1) Promosi Sangat Menarik

a) Promosi yang Ditawarkan Bank Syariah Indonesia Sangat Menarik.

Tabel 4.25
Tanggapan Responden Mengenai Promosi yang
ditawarkan Bank Syariah Indonesia Sangat
Menarik

No.	Pilihan Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	1	1%
2.	Tidak Setuju	2	2%
3.	Netral	17	17%
4.	Setuju	30	30%
5.	Sangat Setuju	10	10%
Total		60	60%

Sumber: Data Diolah (Hasil Penelitian), 2023.

Berdasarkan data jumlah responden yang memilih jawaban sangat tidak setuju berjumlah 1 orang

(1%), tidak setuju berjumlah 2 orang (2%), netral berjumlah 17 orang (17%), setuju berjumlah 30 orang (30%), dan sangat setuju berjumlah 10 orang (10%).

- b) Tertarik Menyimpan Dana di Tabungan karena Pemberian Hadiah yang Diberikan Oleh Bank Kepada Nasabah.

Tabel 4.26
Tanggapan Responden Mengenai Menyimpan Dana di Tabungan karena Pemberian Hadiah yang Diberikan Oleh Bank Kepada Nasabah

No.	Pilihan Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	3	3%
2.	Tidak Setuju	6	6%
3.	Netral	21	21%
4.	Setuju	22	22%
5.	Sangat Setuju	8	8%
Total		60	60%

Sumber: Data Diolah (Hasil Penelitian), 2023.

Berdasarkan data jumlah responden yang memilih jawaban sangat tidak setuju berjumlah 3 orang (3%), tidak setuju berjumlah 6 orang (6%), netral berjumlah 21 orang (21%), setuju berjumlah 22 orang (22%), dan sangat setuju berjumlah 8 orang (8%).

- c) Tertarik Menggunakan Jasa Bank karena Termotivasi Oleh Informasi yang Diberikan Sales.

Tabel 4.27
Tanggapan Responden Mengenai Menggunakan
Jasa Bank karena Termotivasi Oleh Informasi yang
Diberikan Sales

No.	Pilihan Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	5	5%
2.	Tidak Setuju	5	5%
3.	Netral	21	21%
4.	Setuju	24	24%
5.	Sangat Setuju	5	5%
Total		60	60%

Sumber: Data Diolah (Hasil Penelitian), 2023.

Berdasarkan data jumlah responden yang memilih jawaban sangat tidak setuju berjumlah 5 orang (5%), tidak setuju berjumlah 5 orang (5%), netral berjumlah 21 orang (21%), setuju berjumlah 24 orang (24%), dan sangat setuju berjumlah 5 orang (5%).

2) Promosi Melalui Media Cetak dan Elektronik

- a) Promosi yang Dilakukan Bank Syariah Indonesia Melalui Media Cetak dan Elektronik.

Tabel 4.28
Tanggapan Responden Mengenai Promosi yang
Dilakukan Bank Syariah Indonesia Melalui Media
Cetak dan Elektronik

No.	Pilihan Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	1	1%
3.	Netral	15	15%
4.	Setuju	29	29%

5.	Sangat Setuju	15	15%
Total		60	60%

Sumber: Data Diolah (Hasil Penelitian), 2023.

Berdasarkan data jumlah responden yang memilih jawaban sangat tidak setuju berjumlah 0 orang (0%), tidak setuju berjumlah 1 orang (1%), netral berjumlah 15 orang (15%), setuju berjumlah 29 orang (29%), dan sangat setuju berjumlah 15 orang (15%).

- b) Mendapatkan Penawaran Langsung Melalui Telpon dari Pihak Bank Syariah.

Tabel 4.29
Tanggapan Responden Mengenai Penawaran Langsung Melalui Telpon dari Pihak Bank Syariah

No.	Pilihan Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	14	14%
2.	Tidak Setuju	6	6%
3.	Netral	27	27%
4.	Setuju	10	10%
5.	Sangat Setuju	3	3%
Total		60	60%

Sumber: Data Diolah (Hasil Penelitian), 2023.

Berdasarkan data jumlah responden yang memilih jawaban sangat tidak setuju berjumlah 14 orang (14%), tidak setuju berjumlah 6 orang (6%), netral berjumlah 27 orang (27%), setuju berjumlah 10 orang (10%), dan sangat setuju berjumlah 3 orang (3%).

- 3) Promosi Terkait Produk Ada di Setiap Bank Syariah

- a) Bank Syariah Indonesia Menyediakan Informasi pada Setiap Kantor Terkait Produknya.

Tabel 4.30
Tanggapan Responden Mengenai Bank Syariah Indonesia Menyediakan Informasi pada Setiap Kantor Terkait Produknya

No.	Pilihan Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	1	1%
2.	Tidak Setuju	2	2%
3.	Netral	12	12%
4.	Setuju	27	27%
5.	Sangat Setuju	18	18%
Total		60	60%

Sumber: Data Diolah (Hasil Penelitian), 2023.

Berdasarkan data jumlah responden yang memilih jawaban sangat tidak setuju berjumlah 1 orang (1%), tidak setuju berjumlah 2 orang (2%), netral berjumlah 12 orang (12%), setuju berjumlah 27 orang (27%), dan sangat setuju berjumlah 18 orang (18%).

- 4) Promosi Melalui Bantuan Bank Syariah kepada Masyarakat
- a) Bank Syariah Indonesia Sering Memberikan Bantuan dalam Meningkatkan Hubungan dengan Masyarakat.

Tabel 4.31
Tanggapan Responden Mengenai Bank Syariah Indonesia Sering Memberikan Bantuan dalam Meningkatkan Hubungan dengan Masyarakat

No.	Pilihan Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	2	2%

2.	Tidak Setuju	2	2%
3.	Netral	13	13%
4.	Setuju	36	36%
5.	Sangat Setuju	7	7%
Total		60	60%

Sumber: Data Diolah (Hasil Penelitian), 2023.

Berdasarkan data jumlah responden yang memilih jawaban sangat tidak setuju berjumlah 2 orang (2%), tidak setuju berjumlah 2 orang (2%), netral berjumlah 13 orang (13%), setuju berjumlah 36 orang (36%), dan sangat setuju berjumlah 7 orang (7%).

5) Promosi Produk Bank Syariah Profesional

a) Promosi Produk Bank Syariah Indonesia Profesional.

Tabel 4.32
Tanggapan Responden Mengenai Promosi Produk
Bank Syariah Indonesia Profesional

No.	Pilihan Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%
2.	Tidak Setuju	1	1%
3.	Netral	21	21%
4.	Setuju	31	31%
5.	Sangat Setuju	7	7%
Total		60	60%

Sumber: Data Diolah (Hasil Penelitian), 2023.

Berdasarkan data jumlah responden yang memilih jawaban sangat tidak setuju berjumlah 0 orang (0%), tidak setuju berjumlah 1 orang (1%), netral

berjumlah 21 orang (21%), setuju berjumlah 31 orang (31%), dan sangat setuju berjumlah 7 orang (7%).

6) Promosi Bank Syariah Secara Langsung

- a) Tertarik Menyimpan Dana di Tabungan karena Promosi yang Dilakukan Oleh Bank kepada Nasabah Secara Langsung.

Tabel 4.33
Tanggapan Responden Mengenai Tertarik Menyimpan Dana di Tabungan karena Promosi yang Dilakukan Oleh Bank kepada Nasabah Secara Langsung

No.	Pilihan Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	5	5%
2.	Tidak Setuju	2	2%
3.	Netral	17	17%
4.	Setuju	31	31%
5.	Sangat Setuju	5	5%
Total		60	60%

Sumber: Data Diolah (Hasil Penelitian), 2023.

Berdasarkan data jumlah responden yang memilih jawaban sangat tidak setuju berjumlah 5 orang (5%), tidak setuju berjumlah 2 orang (2%), netral berjumlah 17 orang (17%), setuju berjumlah 31 orang (31%), dan sangat setuju berjumlah 5 orang (5%).

7) Promosi Bank Melalui Kegiatan Pameran, Event, serta Kegiatan lain.

- a) Tertarik Menyimpan Dana di Tabungan karena Publisitas yang Dilakukan Oleh Bank Melalui Kegiatan

Pameran, Event, serta Kegiatan Lain yang Dilakukan Bank.

Tabel 4.34
Tanggapan Responden Mengenai Tertarik Menyimpan Dana di Tabungan karena Publisitas yang Dilakukan Oleh Bank Melalui Kegiatan Pameran, Event, serta Kegiatan Lain yang Dilakukan Bank

No.	Pilihan Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	2	2%
2.	Tidak Setuju	2	2%
3.	Netral	23	23%
4.	Setuju	21	21%
5.	Sangat Setuju	12	12%
Total		60	60%

Sumber: Data Diolah (Hasil Penelitian), 2023.

Berdasarkan data jumlah responden yang memilih jawaban sangat tidak setuju berjumlah 2 orang (2%), tidak setuju berjumlah 2 orang (2%), netral berjumlah 23 orang (23%), setuju berjumlah 21 orang (21%), dan sangat setuju berjumlah 12 orang (12%).

d. Variabel Loyalitas (Y)

Pada Variabel ini terdapat 7 indikator yaitu melakukan pembelian ulang, membeli antar lini produk, tidak terpengaruh produk lain, mereferensikan kepada orang lain, pelayanan yang memuaskan, promosi yang di tawarkan sangat jelas dan menarik, Bank Syariah lebih baik dari Bank lain.

1) Melakukan Pembelian Ulang

- a) Akan Terus Menggunakan Produk-Produk di Bank Syariah Indonesia Secara Berkelanjutan.

Tabel 4.35
Tanggapan Responden Menggunakan Produk-Produk di Bank Syariah Indonesia Secara Berkelanjutan

No.	Pilihan Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	1	1%
2.	Tidak Setuju	1	1%
3.	Netral	16	16%
4.	Setuju	25	25%
5.	Sangat Setuju	17	17%
Total		60	60%

Sumber: Data Diolah (Hasil Penelitian), 2023.

Berdasarkan data jumlah responden yang memilih jawaban sangat tidak setuju berjumlah 1 orang (1%), tidak setuju berjumlah 1 orang (1%), netral berjumlah 16 orang (16%), setuju berjumlah 25 orang (25%), dan sangat setuju berjumlah 17 orang (17%).

2) Membeli Antar Lini Produk

- a) Membeli Lebih dari Satu Jenis Produk di Bank Syariah Indonesia.

Tabel 4.36
Tanggapan Responden Mengenai Membeli Lebih dari Satu Jenis Produk di Bank Syariah Indonesia

No.	Pilihan Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	6	6%
2.	Tidak Setuju	9	9%

3.	Netral	26	26%
4.	Setuju	16	16%
5.	Sangat Setuju	3	3%
Total		60	60%

Sumber: Data Diolah (Hasil Penelitian), 2023.

Berdasarkan data jumlah responden yang memilih jawaban sangat tidak setuju berjumlah 6 orang (6%), tidak setuju berjumlah 9 orang (9%), netral berjumlah 26 orang (26%), setuju berjumlah 16 orang (16%), dan sangat setuju berjumlah 3 orang (3%).

- b) Akan Menambah Menggunakan Produk yang Lain dari Bank Syariah Indonesia.

Tabel 4.37
Tanggapan Responden Mengenai Menambah Menggunakan Produk yang Lain dari Bank Syariah Indonesia

No.	Pilihan Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	3	3%
2.	Tidak Setuju	4	4%
3.	Netral	23	23%
4.	Setuju	21	21%
5.	Sangat Setuju	9	9%
Total		60	60%

Sumber: Data Diolah (Hasil Penelitian), 2023.

Berdasarkan data jumlah responden yang memilih jawaban sangat tidak setuju berjumlah 3 orang (3%), tidak setuju berjumlah 4 orang (4%), netral

berjumlah 23 orang (23%), setuju berjumlah 21 orang (21%), dan sangat setuju berjumlah 9 orang (9%).

3) Tidak Terpengaruh Produk Lain

- a) Tidak Terpengaruh dengan Tawaran Produk Perbankan dari Bank Lain.

Tabel 4.38
Tanggapan Responden Mengenai Tidak Terpengaruh dengan Tawaran Produk Perbankan dari Bank Lain

No.	Pilihan Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	4	4%
2.	Tidak Setuju	8	8%
3.	Netral	27	27%
4.	Setuju	15	15%
5.	Sangat Setuju	6	6%
Total		60	60%

Sumber: Data Diolah (Hasil Penelitian), 2023.

Berdasarkan data jumlah responden yang memilih jawaban sangat tidak setuju berjumlah 4 orang (4%), tidak setuju berjumlah 8 orang (8%), netral berjumlah 27 orang (27%), setuju berjumlah 15 orang (15%), dan sangat setuju berjumlah 6 orang (6%).

4) Mereferensikan kepada Orang Lain

- a) Saya Akan Merekomendasikan/Menawarkan Produk-Produk Bank Syariah Indonesia kepada Orang Lain.

Tabel 4.39
Tanggapan Responden Mengenai Akan Merekomendasikan/Menawarkan Produk-Produk Bank Syariah Indonesia kepada Orang Lain

No.	Pilihan Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	1	1%
2.	Tidak Setuju	6	6%
3.	Netral	21	21%
4.	Setuju	20	20%
5.	Sangat Setuju	12	12%
Total		60	60%

Sumber: Data Diolah (Hasil Penelitian), 2023.

Berdasarkan data jumlah responden yang memilih jawaban sangat tidak setuju berjumlah 1 orang (1%), tidak setuju berjumlah 6 orang (6%), netral berjumlah 21 orang (21%), setuju berjumlah 20 orang (20%), dan sangat setuju berjumlah 12 orang (12%).

5) Pelayanan yang Memuaskan

- a) Saya Memilih Bank Syariah karena Pelayanannya Baik dan Memuaskan.

Tabel 4.40
Tanggapan Responden Mengenai Memilih Bank Syariah karena Pelayanannya Baik dan Memuaskan

No.	Pilihan Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	2	2%
2.	Tidak Setuju	1	1%
3.	Netral	13	13%
4.	Setuju	29	29%
5.	Sangat Setuju	15	15%
Total		60	60%

Sumber: Data Diolah (Hasil Penelitian), 2023.

Berdasarkan data jumlah responden yang memilih jawaban sangat tidak setuju berjumlah 2 orang (2%), tidak setuju berjumlah 1 orang (1%), netral berjumlah 13 orang (13%), setuju berjumlah 29 orang (29%), dan sangat setuju berjumlah 15 orang (15%).

- b) Bank Syariah Memperlakukan Nasabahnya Secara Adil (Tidak Diskriminasi).

Tabel 4.41
Tanggapan Responden Mengenai Bank Syariah Memperlakukan Nasabahnya Secara Adil (Tidak Diskriminasi)

No.	Pilihan Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	1	1%
2.	Tidak Setuju	2	2%
3.	Netral	19	19%
4.	Setuju	23	23%
5.	Sangat Setuju	15	15%
Total		60	60%

Sumber: Data Diolah (Hasil Penelitian), 2023.

Berdasarkan data jumlah responden yang memilih jawaban sangat tidak setuju berjumlah 1 orang (1%), tidak setuju berjumlah 2 orang (2%), netral berjumlah 19 orang (19%), setuju berjumlah 23 orang (23%), dan sangat setuju berjumlah 15 orang (15%).

- 6) Promosi yang Ditawarkan Sangat Jelas dan Menarik

- a) Saya Memilih Bank Syariah karena Promosi yang Ditawarkan Sangat Jelas dan Menarik.

Tabel 4.42
Tanggapan Responden Mengenai Memilih Bank Syariah karena Promosi yang Ditawarkan Sangat Jelas dan Menarik

No.	Pilihan Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	2	2%
2.	Tidak Setuju	4	4%
3.	Netral	17	17%
4.	Setuju	31	31%
5.	Sangat Setuju	6	6%
Total		60	60%

Sumber: Data Diolah (Hasil Penelitian), 2023.

Berdasarkan data jumlah responden yang memilih jawaban sangat tidak setuju berjumlah 2 orang (2%), tidak setuju berjumlah 4 orang (4%), netral berjumlah 17 orang (17%), setuju berjumlah 31 orang (31%), dan sangat setuju berjumlah 6 orang (6%).

7) Bank Syariah Lebih Baik dari Bank Lain

- a) Menurut Saya Bank Syariah Lebih Baik dari Bank Lain.

Tabel 4.43
Tanggapan Responden Mengenai Bank Syariah Lebih Baik dari Bank Lain

No.	Pilihan Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	1	2%
2.	Tidak Setuju	3	4%
3.	Netral	23	17%

4.	Setuju	22	31%
5.	Sangat Setuju	11	6%
Total		60	60%

Sumber: Data Diolah (Hasil Penelitian), 2023.

Berdasarkan data jumlah responden yang memilih jawaban sangat tidak setuju berjumlah 1 orang (1%), tidak setuju berjumlah 3 orang (3%), netral berjumlah 23 orang (23%), setuju berjumlah 22 orang (22%), dan sangat setuju berjumlah 11 orang (11%).

- b) Kinerja Bank Syariah Telah Sesuai dengan Harapan Saya.

Tabel 4.44
Tanggapan Responden Mengenai Kinerja Bank Syariah Telah Sesuai dengan Harapan Saya

No.	Pilihan Jawaban	Jumlah	Persentase (%)
1.	Sangat Tidak Setuju	0	2%
2.	Tidak Setuju	2	4%
3.	Netral	16	17%
4.	Setuju	31	31%
5.	Sangat Setuju	11	6%
Total		60	60%

Sumber: Data Diolah (Hasil Penelitian), 2023.

Berdasarkan data jumlah responden yang memilih jawaban sangat tidak setuju berjumlah 0 orang (0%), tidak setuju berjumlah 2 orang (2%), netral

berjumlah 16 orang (16%), setuju berjumlah 31 orang (31%), dan sangat setuju berjumlah 11 orang (11%).

4. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah pengujian untuk menentukan valid atau tidak instrumen penelitian tersebut. Dianggap valid apabila hasil r hitung $>$ r tabel dengan α (taraf signifikansi) adalah 0,05. Karena responden dalam penelitian ini sebanyak 60 orang, maka nilai r tabel diperoleh dari rumus (df) $df = 60 - 4 = 56$, sehingga nilai r tabel adalah 0,258. Berikut adalah hasil uji validitas pada penelitian ini dengan menggunakan *software* SPSS 25.

Tabel 4.45
Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	R_{tabel}	R_{hitung}	Keterangan
Kualitas Produk (X_1)	$X_{1.1}$	0,258	0,710	VALID
	$X_{1.2}$		0,637	VALID
	$X_{1.3}$		0,718	VALID
	$X_{1.4}$		0,567	VALID
	$X_{1.5}$		0,730	VALID
	$X_{1.6}$		0,755	VALID
	$X_{1.7}$		0,810	VALID
	$X_{1.8}$		0,783	VALID
	$X_{1.9}$		0,778	VALID
	$X_{1.10}$		0,771	VALID
	$X_{2.1}$		0,794	VALID
	$X_{2.2}$		0,791	VALID
	$X_{2.3}$		0,835	VALID
	$X_{2.4}$		0,729	VALID
	$X_{2.5}$		0,885	VALID

Kualitas Layanan (X ₂)	X _{2.6}	0,258	0,757	VALID
	X _{2.7}		0,685	VALID
	X _{2.8}		0,779	VALID
	X _{2.9}		0,752	VALID
	X _{2.10}		0,838	VALID
Promosi (X ₃)	X _{3.1}	0,258	0,690	VALID
	X _{3.2}		0,452	VALID
	X _{3.3}		0,708	VALID
	X _{3.4}		0,621	VALID
	X _{3.5}		0,741	VALID
	X _{3.6}		0,734	VALID
	X _{3.7}		0,747	VALID
	X _{3.8}		0,816	VALID
	X _{3.9}		0,730	VALID
	X _{3.10}		0,565	VALID
Loyalitas (Y)	Y1.1	0,258	0,678	VALID
	Y1.2		0,563	VALID
	Y1.3		0,693	VALID
	Y1.4		0,649	VALID
	Y1.5		0,601	VALID
	Y1.6		0,753	VALID
	Y1.7		0,748	VALID
	Y1.8		0,734	VALID
	Y1.9		0,552	VALID
	Y1.10		0,629	VALID

Sumber: Hasil Uji SPSS 25, 2023.

Dari data uji validitas terlihat seluruh indikator pernyataan yang ada dinyatakan valid, dengan r hitung $>$ r tabel (0,258).

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji yang dirancang untuk mengetahui stabilitas dan konsistensi terhadap indikator tanggapan untuk

menunjukkan keandalan data. Dianggap reliabel apabila nilai cronbach alpha $> 0,60$.

Tabel 4.46
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Alpha	N	Keterangan
Kualitas Produk (X ₁)	0,899	10	Reliabel
Kualitas Layanan (X ₂)	0,929	10	Reliabel
Promosi (X ₃)	0,868	10	Reliabel
Loyalitas (Y)	0,854	10	Reliabel

Sumber: Hasil Uji SPSS 25, 2023

Dari hasil uji reliabilitas diatas dilihat bahwa indikator variabel memiliki nilai cronbach alpha $> 0,60$. Oleh sebab itu, dapat dinyatakan bahwa setiap indeks variabel reliabel.

5. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tujuan dari uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah data dalam penelitian berdistribusi normal. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji *kolmogorov smirnov*. Data dianggap normal jika nilai signifikan lebih besar dari 0,05. Jika nilai signifikan kurang dari 0,05 data dinyatakan tidak terdistribusi normal.

Tabel 4.47
Hasil Uji Kolmogorov Smirnov

No.	Variabel	Asymp. Sig (2 tailed)	Keterangan
1.	Kualitas Produk (X ₁)	0,200	Normal

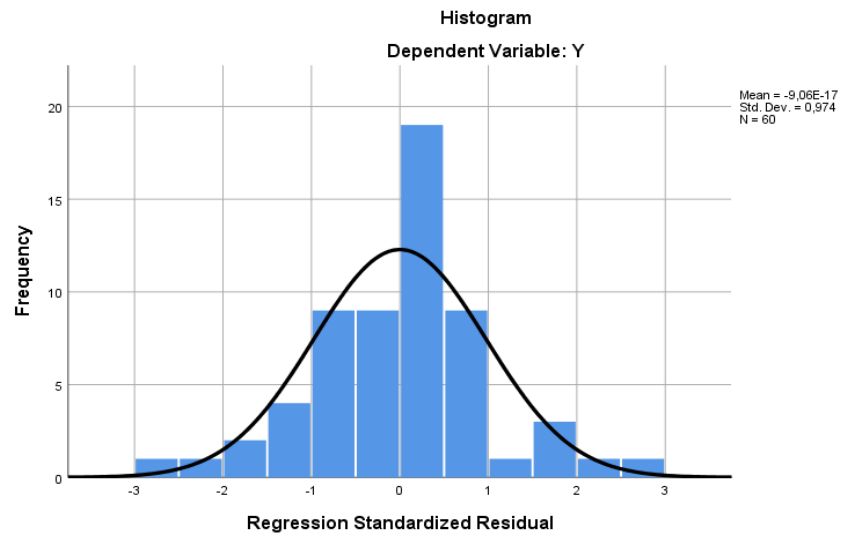
2.	Kualitas Layanan (X ₂)	0,020	Normal
3.	Promosi (X ₃)	0,026	Normal
4.	Loyalitas (Y)	0,200	Normal

Sumber: Hasil Uji SPSS 25, 2023.

Berdasarkan tabel tersebut dapat dilihat bahwa nilai signifikansi (Asymp Sig 2-Tailed) untuk variabel Kualitas Produk (X₁) sebesar 0,200 artinya nilai sig lebih dari 0,05 maka dapat dikatakan data berdistribusi normal. Nilai signifikansi (Asymp Sig 2-Tailed) untuk variabel Kualitas Layanan (X₂) sebesar 0,020 artinya nilai sig lebih dari 0,05 maka dapat dikatakan data berdistribusi normal. Nilai signifikansi (Asymp Sig 2-Tailed) untuk variabel Promosi (X₃) sebesar 0,026 artinya nilai sig lebih dari 0,05 maka dapat dikatakan data berdistribusi normal. dan Nilai signifikansi (Asymp Sig 2-Tailed) untuk variabel Loyalitas (Y) sebesar 0,200 artinya nilai sig lebih dari 0,05 maka dapat dikatakan data berdistribusi normal.

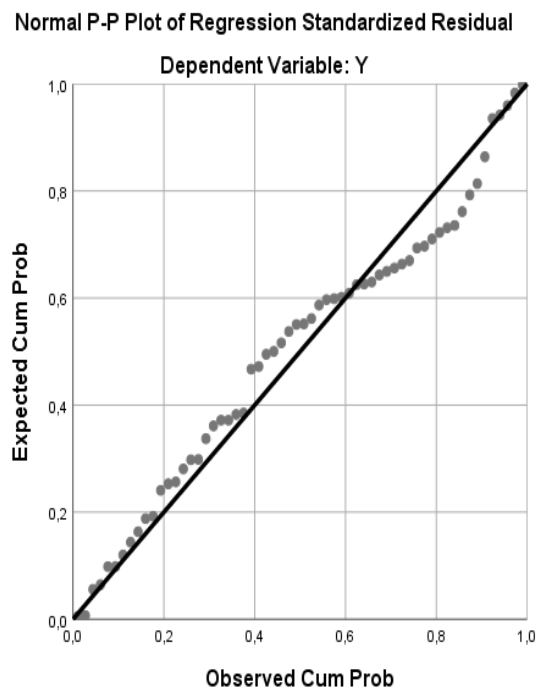
Selain menggunakan uji kolmogorov smirnov, uji normalitas dapat dilakukan melalui normal probability plot (P-Plot) serta histogram. Pada histogram dengan apabila memiliki kemiringan yangimbang dari sisi manapun atau berbentuk lonceng, maka data tersebut berdistribusi normal. Dan untuk normal probability plot (P-Plot) dapat diketahui melalui titik yang mengikuti garis diagonal tersebut, maka data tersebut berdistribusi normal.

Gambar 4.1
Hasil Uji Histogram



Sumber: Hasil Uji SPSS 25, 2023.

Gambar 4.2
Hasil Uji P-Plot



Sumber: Hasil Uji SPSS 25, 2023.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas ialah mengetahui model regresi yang saling berkorelasi antara variabel bebas (independen). Model regresi yang baik yaitu tidak terjadi gejala multikolinieritas. Untuk mengetahuinya bisa dilihat dari nilai Value Inflation Factor (VIF). Apabila nilai $VIF > 10$, maka terjadi multikolinieritas. Sebaliknya, apabila nilai $VIF < 10$, maka tidak terjadi gejala multikolinieritas. Uji multikolinieritas juga dapat diketahui melalui nilai tolerance $> 0,1$.

Tabel 4.48
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Kualitas Produk (X_1)	0,389	2,568	Tidak Ada Gejala
Kualitas Layanan (X_2)	0,524	1,910	Tidak Ada Gejala
Promosi (X_3)	0,522	1,915	Tidak Ada Gejala

Sumber: Hasil Uji SPSS 25, 2023

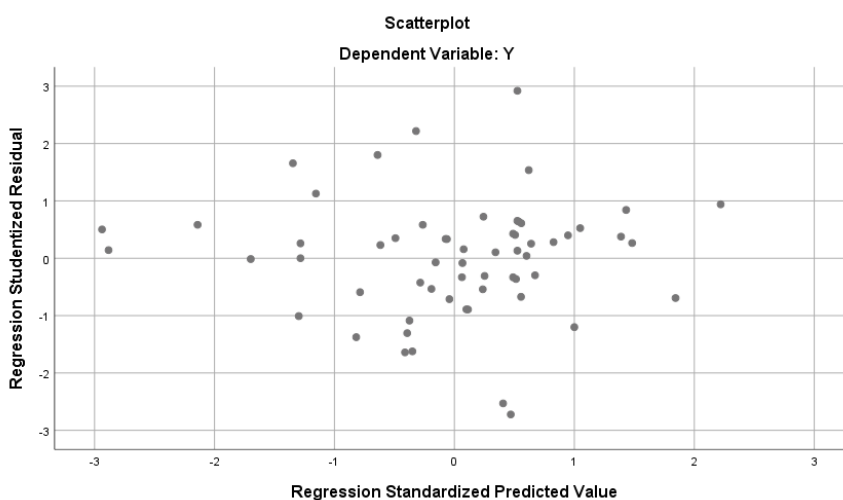
Pada tabel hasil uji multikolinieritas diatas, variabel kualitas produk memiliki nilai VIF sebesar 2,568 ($2,568 < 10$) dan tolerance sebesar 0,389 ($0,389 > 0,1$), pada variabel kualitas layanan memiliki nilai VIF sebesar 1,910 ($1,910 < 10$) dan tolerance sebesar 0,524 ($0,524 > 0,1$), dan pada variabel promosi memiliki nilai VIF sebesar 1,915 ($1,915 < 10$) dan tolerance sebesar 0,522 ($0,522 > 0,1$). Dari sini bisa disimpulkan bahwa ketiga variabel independen tidak menunjukkan gejala multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas ialah uji yang menganalisis adanya kesamaan pada variasi residual. Model regresi yang sangat baik tidak

ada gejala heteroskedastisitas. Untuk mengetahui apakah model regresi memiliki gejala heteroskedastisitas dengan menggunakan gambar *scatterplot* dengan pola berbentuk titik. Jika ada pola yang teratur maka ada gejala heteroskedastisitas, dan apabila pola menyebar maka tidak ada gejala heteroskedastisitas. Dan Uji Gletjer dengan nilai Sig. diatas 0,05 tidak ada gejala heteroskedastisitas.

Gambar 4.3
Hasil Uji Heteroskedastisitas
Menggunakan Scatterplot



Sumber: Hasil Uji SPSS 25, 2023

Pada Scatterplot diatas dapat dilihat bahwa titik-titik tersebar secara acak tanpa pola yang jelas atau teratur. Dengan demikian menunjukkan adanya bukti heteroskedastisitas. Berikut adalah hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan metode Gletjer.

Tabel 4.49
Hasil Uji Heteroskedastisitas
Menggunakan Uji Gletjer

Variabel	Sig	Keterangan
Kualitas Produk (X_1)	0,802	Tidak Ada Gejala
Kualitas Layanan (X_2)	0,733	Tidak Ada Gejala

Promosi (X ₃)	0,467	Tidak Ada Gejala
---------------------------	-------	------------------

Sumber: Hasil Uji SPSS 25, 2023

Hasil uji heteroskedastisitas dengan uji gletjer menunjukkan nilai signifikan variabel kualitas produk 0,802, nilai signifikansi variabel kualitas layanan 0,733, dan nilai signifikansi variabel promosi 0,467. Dari sini dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi masing-masing variabel lebih besar dari 0,05 (> 0,05), yang menunjukkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

6. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi sering digunakan untuk menilai pengaruh dari variabel bebas, yaitu kualitas produk (X₁), kualitas layanan (X₂), dan Promosi (X₃) terhadap variabel terikat yaitu variabel loyalitas (Y). Berikut tabel hasil analisis regresi berganda.

Tabel 4.50
Hasil Analisis Regresi Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients
	B
(Constant)	4,554
Kualitas Produk (X ₁)	0,169
Kualitas Layanan (X ₂)	0,148
Promosi (X ₃)	0,532

Sumber: Hasil Uji SPSS 25, 2023.

Model persamaan dalam regresi linear berganda adalah:

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

$$Y = 4,554 + 0,169 X_1 + 0,148 X_2 + 0,532 X_3 + e$$

Model regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Nilai konstan (Y) adalah 4,554, apabila variabel kualitas produk (X_1), kualitas layanan (X_2), dan promosi (X_3) sama dengan nol, maka loyalitas akan tetap atau tidak berubah sebesar 4,554, dengan asumsi variabel lainnya adalah tetap.
- b. Nilai koefisien (X_1) adalah 0,169, artinya kualitas produk (X_1) berpengaruh positif terhadap loyalitas ataupun setiap terjadi peningkatan variabel kualitas produk (X_1) sebesar satuan maka loyalitas akan meningkat sebanyak 0,169, dengan asumsi variabel lainnya adalah konstan.
- c. Nilai koefisien (X_2) sebesar 0,148, artinya bahwa kualitas layanan (X_2) berpengaruh positif terhadap loyalitas ataupun setiap terjadi peningkatan variabel kualitas layanan (X_2) sebesar satuan maka loyalitas akan meningkat sebanyak 0,148, dengan asumsi variabel lainnya adalah konstan.
- d. Nilai koefisien (X_3) sebesar 0,532, artinya bahwa promosi (X_3) berpengaruh positif terhadap loyalitas ataupun setiap terjadi peningkatan variabel promosi (X_3) sebesar satuan maka loyalitas akan meningkat sebanyak 0,532, dengan asumsi variabel lainnya adalah konstan.

7. Uji Hipotesis

a. Uji T (Parsial)

Uji-t digunakan untuk menentukan secara parsial hubungan yang signifikan antara variabel independen dan dependen dengan membuat perbandingan antara skor-t yang dihitung dan t-tabel dan menentukan nilai signifikansi 0,05. Jika nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen. Maka H_a diterima dan

H₀ ditolak, bila nilai $T_{hitung} < T_{tabel}$ maka secara parsial variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat. Maka H₀ diterima dan H_a ditolak. Apabila nilai sig. $> 0,05$, maka H₀ diterima dan H_a ditolak, dan apabila nilai sig. $< 0,05$, maka H₀ ditolak dan H_a diterima.

Tabel 4.51
Hasil Uji T

Variabel	T _{hitung}	T _{tabel}	Sig
Kualitas Produk (X ₁)	6,354	2,003	0,000
Kualitas Layanan (X ₂)	5,065	2,003	0,000
Promosi (X ₃)	8,337	2,003	0,000

Sumber: Hasil Uji SPSS 25, 2023

Berdasarkan tabel tersebut diketahui hasilnya yaitu:

- 1) Nilai sig. X₁ 0,000 $< 0,05$, artinya signifikan, sedangkan nilai T_{hitung} variabel X₁ bernilai 6,354 $> 2,003$ T_{tabel}, maka dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis H_a diterima dan H₀ ditolak, yaitu terdapat pengaruh parsial antara variabel kualitas produk (X₁) terhadap variabel loyalitas (Y).
- 2) Nilai sig. X₂ 0,000 $< 0,05$, artinya signifikan, sedangkan nilai T_{hitung} variabel X₂ bernilai 5,065 $> 2,003$ T_{tabel}, maka dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis H_a diterima dan H₀ ditolak, yaitu terdapat pengaruh parsial antara variabel kualitas layanan (X₂) terhadap variabel loyalitas (Y).
- 3) Nilai sig. X₃ 0,000 $< 0,05$, artinya signifikan, sedangkan nilai T_{hitung} variabel X₃ bernilai 8,337 $> 2,003$ T_{tabel}, maka dapat diambil kesimpulan bahwa hipotesis H_a diterima dan H₀ ditolak,

yaitu terdapat pengaruh parsial antara variabel promosi (X_3) terhadap variabel loyalitas (Y).

b. Uji F (Simultan)

Uji f bertujuan mengetahui pengaruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat. Dengan melakukan perbandingan nilai F hitung $>$ F tabel maka secara simultan variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat, maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Dan nilai signifikan $<$ 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Tabel 4.52
Hasil Uji F

Model	F_{hitung}	F_{tabel}	Sig
Regression	26,961	3,16	.000 ^b

Sumber: Hasil Uji SPSS 25, 2023

Berdasarkan hasil uji F, diketahui nilai F hitung 26,961. Dengan melakukan perbandingan antara nilai F hitung dengan F tabel 26,961 $>$ 3,16 dan nilai sig 0,000 $<$ 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk, kualitas layanan dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap variabel loyalitas.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan mengetahui seberapa besarnya hubungan antara variabel independen (variabel bebas) dengan variabel dependen (variabel terikat).

Tabel 4.53
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.769 ^a	0.591	0.569

Sumber: Hasil Uji SPSS 25, 2023.

Berdasarkan hasil R^2 ditentukan nilai R Square adalah 0,591 yang menunjukkan bahwa variabel kualitas produk (X_1), variabel kualitas layanan (X_2), dan variabel promosi (X_3) memiliki pengaruh secara simultan sebanyak 59,1 % terhadap variabel loyalitas (Y), sedangkan sisanya 40,9 % dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain.

B. Analisis Data

1. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Promosi Secara Parsial Terhadap Loyalitas

a. Pengaruh Kualitas Produk Secara Parsial Terhadap Loyalitas

Berdasarkan hasil uji t sebelumnya tentang pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas, nilai variabel kualitas produk memiliki nilai signifikan 0,000. Dilihat dengan nilai signifikan diketahui nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Sedangkan untuk nilai t hitung 6,354 dan nilai t tabel 2,003. Maka bisa dinyatakan H_0 ditolak dan H_a diterima. Jadi bisa disimpulkan variabel kualitas produk terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap loyalitas.

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda, besarnya koefisien regresi variabel kualitas produk (X_1) adalah positif. Itu berarti kualitas produk searah terhadap loyalitas. Nilai koefisien (X_1) adalah 0,169, artinya kualitas produk (X_1) berpengaruh positif terhadap loyalitas. Jika variabel kualitas produk (X_1) meningkat maka loyalitas akan meningkat sebanyak 0,169 dengan asumsi variabel lainnya tetap.

Terjadi korelasi yang positif antara kualitas produk dengan loyalitas Mahasiswa FEBI UIN Antasari sebagai nasabah di Bank

Syariah Indonesia karena produk adalah kemampuan produk untuk melakukan fungsi dan kinerjanya dan demikian memenuhi kebutuhan serta keinginan nasabahnya. Nasabah puas dengan produk ketika produk yang ditawarkan berkualitas tinggi serta sesuai dengan kebutuhan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk ialah salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah. Semakin tinggi kualitas produk yang ditawarkan oleh Bank Syariah, semakin tinggi pula loyalitas nasabahnya.

Berdasarkan penelitian ini kualitas produk terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas Mahasiswa FEBI UIN Antasari sebagai nasabah di Bank Syariah Indonesia. Dalam penelitian ini diartikan bahwa kualitas produk sangat penting untuk diperhatikan sebab tujuan dari Bank Syariah salah satunya berbentuk suatu loyalitas nasabah karena kualitas produk yang diciptakan dapat langsung dirasakan oleh konsumennya. Menurut Kotler dan Keller (2009:144), kualitas produk merupakan titik awal yang baik untuk citra positif dan loyalitas pelanggan jangka panjang. Semakin tinggi tingkat kualitas dari suatu produk, maka akan mengakibatkan tingginya tingkat loyalitas nasabah, dengan tingginya tingkat loyalitas yang dirasakan oleh nasabah maka nasabah akan merekomendasikan produk kepada orang lain.

b. Pengaruh Kualitas Layanan Secara Parsial Terhadap Loyalitas

Berdasarkan hasil uji t sebelumnya tentang pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas, nilai variabel kualitas layanan memiliki nilai signifikan 0,000. Dilihat dari nilai signifikan diketahui nilainya kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Sedangkan untuk nilai t hitung 5,065 dan nilai t tabel 2,003. Maka bisa dinyatakan H_0 ditolak dan H_a diterima. Bisa

disimpulkan diantara variabel kualitas layanan terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap loyalitas.

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda, besarnya koefisien regresi variabel kualitas layanan (X_2) adalah positif. Itu berarti kualitas layanan searah terhadap loyalitas. Nilai koefisien (X_2) adalah 0,148, artinya kualitas layanan (X_2) berpengaruh positif terhadap loyalitas. setiap terjadi peningkatan variabel kualitas layanan (X_2) maka loyalitas akan meningkat sebanyak 0,148, dengan asumsi variabel lainnya tetap.

Terjadi korelasi yang positif antara kualitas layanan dengan loyalitas Mahasiswa FEBI UIN Antasari sebagai nasabah di Bank Syariah Indonesia karena kualitas layanan yang diterima atau dialami oleh nasabah sesuai dengan harapan, sehingga kualitas layanan tersebut dinilai baik dan memuaskan. Pelayanan yang ramah, optimal dan efisien serta kesesuaian layanan dengan prinsip syariah maka akan meningkatkan loyalitas Mahasiswa FEBI UIN Antasari sebagai nasabah di Bank Syariah. Kualitas layanan dapat meningkatkan daya saing sebuah Bank Syariah. Oleh karena itu, seluruh karyawan harus memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabahnya dengan baik agar dapat meningkatkan loyalitas nasabah. Hasil analisis ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan Bank, maka semakin besar pengaruhnya terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah.

Kualitas pelayanan adalah perbandingan antara pelayanan yang sebenarnya dengan pelayanan yang diinginkan oleh nasabah. Kualitas pelayanan bisa diukur dengan menggunakan metode yang membandingkan persepsi nasabah terhadap pelayanan yang diterima

(Manullang, 2008). Kualitas layanan dinilai baik dan memuaskan apabila pelayanan yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan. Kualitas pelayanan dianggap terbaik ketika pelayanan yang diterima melebihi keinginan nasabah. Sebaliknya, jika pelayanan yang ditawarkan lebih buruk dari yang diinginkan, maka kualitas pelayanan dinilai tidak baik. Dari sini dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan sebuah Bank Syariah Indonesia tergantung pada seberapa baik dapat memenuhi kebutuhan nasabahnya.

c. Pengaruh Promosi Secara Parsial Terhadap Loyalitas

Berdasarkan hasil uji t sebelumnya tentang pengaruh promosi terhadap loyalitas, nilai variabel promosi mempunyai nilai signifikan 0,000. Dilihat dengan nilai signifikan diketahui kurang dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Sedangkan untuk nilai t hitung 8,337 dan nilai t tabel 2,003. Maka bisa dinyatakan H_0 ditolak dan H_a diterima. Bisa disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara variabel promosi terhadap loyalitas.

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda, besarnya koefisien regresi variabel promosi (X_3) adalah positif artinya promosi searah terhadap loyalitas. Nilai koefisien (X_3) adalah 0,532, artinya promosi (X_3) berpengaruh positif terhadap loyalitas ataupun setiap terjadi peningkatan variabel promosi (X_3) sebesar satuan maka loyalitas akan meningkat sebanyak 0,532, dengan asumsi variabel lainnya tetap.

Promosi adalah komunikasi oleh pemasar yang mengingatkan calon pembeli produk yang nantinya mempengaruhi keputusan nasabah untuk memilih Bank Syariah Indonesia. Menurut teori *marketing* dalam mempromosikan produk atau layanan harus jelas dan dapat dipahami

oleh nasabah sehingga akan menarik nasabahnya. secara teori juga dikemukakan oleh Kasmir (2011) mengatakan promosi ialah kegiatan yang tujuannya untuk mempengaruhi konsumen agar bisa mengenal produk yang ditawarkan.

Terjadi korelasi yang positif antara promosi dengan loyalitas Mahasiswa FEBI UIN Antasari sebagai nasabah di Bank Syariah Indonesia karena promosi merupakan salah satu bauran pemasaran yang sangat penting dilaksanakan oleh setiap Bank Syariah Indonesia dalam memasarkan suatu produknya. Kegiatan kemampuan suatu produk dalam melaksanakan fungsi dan kinerjanya yang dapat memenuhi kebutuhan serta keinginan nasabah. Apabila produk tersebut yang diberikan berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan nasabah serta harapannya, maka nasabah akan merasa puas. Artinya semakin baik promosi yang dilakukan maka akan semakin baik tingkat loyalitasnya.

2. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Promosi Secara Simultan Terhadap Loyalitas

Berdasarkan hasil uji F nilai signifikan 0,000 diketahui nilai tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Sedangkan untuk nilai F hitung 26,961 dan nilai F tabel 3,16. Hal ini berarti bahwa t hitung lebih besar dari pada t tabel ($26,961 > 3,16$), maka bisa dinyatakan H_0 ditolak dan H_a diterima. Bisa disimpulkan variabel kualitas produk, kualitas layanan, dan promosi terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap loyalitas.

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda, besarnya Nilai konstan (Y) adalah 4,554, apabila variabel kualitas produk (X_1), kualitas layanan (X_2), dan promosi (X_3) sama dengan nol, maka loyalitas akan tetap atau tidak berubah sebesar 4,554, dengan asumsi variabel lainnya adalah tetap. Selain itu

berdasarkan nilai R Square 0,591 menyatakan variabel kualitas produk (X_1), variabel kualitas layanan (X_2), dan variabel promosi (X_3) berpengaruh secara simultan sebesar 59,1% terhadap variabel loyalitas (Y), sedangkan sisanya 40,9% dipengaruhi oleh variabel atau faktor lainnya.

Hasil analisis ini menyatakan terjadi korelasi yang positif secara simultan atau bersama-sama antara variabel kualitas produk (X_1), kualitas layanan (X_2), dan promosi (X_3) terhadap loyalitas Mahasiswa FEBI UIN Antasari sebagai nasabah di Bank Syariah Indonesia, artinya semakin baik kualitas produk, kualitas layanan, dan promosi yang diberikan oleh pihak Bank Syariah Indonesia maka akan semakin tinggi loyalitas Mahasiswa FEBI UIN Antasari sebagai nasabah di Bank Syariah Indonesia.

Dilihat dari besarnya nilai koefisien masing-masing variabel bebas (independen), dapat dijelaskan bahwa semakin besar nilai koefisien masing-masing variabel bebas (independen), maka semakin besar pula pengaruh variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen). Pada hasil uji regresi linear berganda menunjukkan bahwa variabel independen yang paling besar pengaruhnya terhadap variabel dependen (loyalitas) adalah variabel promosi (X_3) dengan nilai koefisien 0,532 dan variabel dependen (loyalitas) yang paling kecil pengaruhnya adalah variabel kualitas layanan dengan nilai koefisien sebesar 0,148.

Loyalitas didefinisikan sebagai kesetiaan konsumen terhadap produk dan layanan yang terbentuk dari keberhasilan produk dan layanan yang berkualitas serta promosi yang bisa dibuktikan kebenarannya dalam memenuhi harapan konsumen sehingga merasa puas dan menjadi tidak sensitif terhadap apa yang ditawarkan oleh produk lain. Faktor-faktor yang harus diperhatikan agar loyalitas dapat terbentuk adalah kualitas produk, kualitas layanan, dan

promosi. Loyalitas sudah diakui selaku aspek dominan dalam kesuksesan bisnis dikala ini, sebab loyalitas pelanggan (*customer loyalty*) akhir-akhir ini jadi tujuan strategis yang sangat berarti dari perusahaan. Dalam usaha perbankan nasabah yang loyal dapat meningkatkan keuntungan Bank hingga nasabah yang konsisten atau tidak berubah-ubah melakukan transaksi di Bank Syariah Indonesia dalam suatu perusahaan Perbankan Syariah dalam kurun waktu yang panjang akan memberikan keuntungan yang besar kepada Bank Syariah tersebut.