

BAB IV

PENYAJIAN DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

1. Gambaran Umum Bank Syariah Indonesia

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 yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Pendirian Bank Syariah Indonesia (BSI) di sahkan melalui surat yang di diterbitkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) dengan Nomor: SR-3/PB.1/2021 tanggal 27 Januari 2021 perihal pemberian izin penggabungan PT Bank Syariah Mandiri dan PT Bank BNI Syariah ke dalam PT Bank BRI syariah Tbk serta izin perubahan nama dengan menggunakan Izin Usaha PT Bank BRI syariah Tbk menjadi Izin Usaha atas nama PT Bank Syariah Indonesia Tbk sebagai Bank hasil penggabungan.

Tujuan di bentuknya BSI untuk menjadi Bank Syariah terbesar, menjadi barometer market di Indonesia dan mempunyai daya saing global. Tujuan meger yang di lakukan oleh BSI :

- a. Sinergi yang baik demi
- b. Perbaikan Proses Bisnis
- c. Risk Management
- d. Sumber Daya Instansi
- e. Penguatan Teknologi Digital

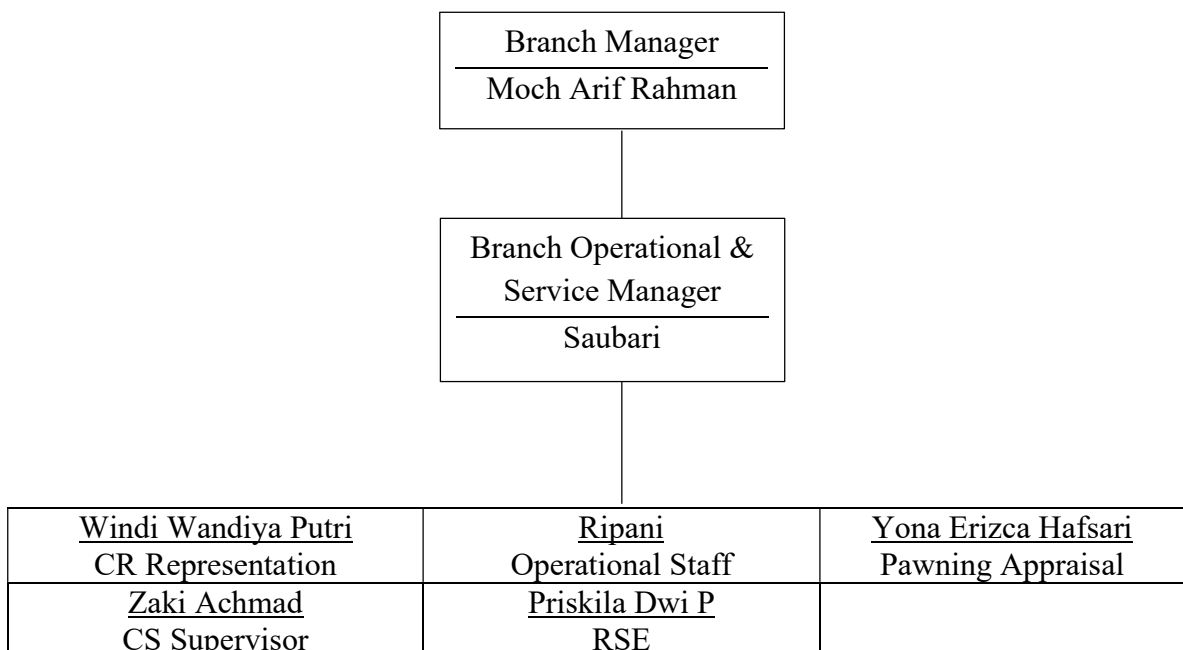
Visi Bank Syariah Indonesia adalah “Top 10 Global Islamic Bank”

Misi Bank Syariah Indonesia, yaitu:

- a. Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia
- b. Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham
- c. Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia

Berikut ini merupakan struktur organisasi pada Bank Syariah Indonesia

Kantor Cabang Banjarbaru:



Gambar 4. 1.
Struktur Organisasi Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarbaru

2. Karakteristik Responden

Karakteristik responden pada penelitian ini dikategorikan ke dalam lima karakteristik, mulai dari umur, jenis kelamin, pekerjaan, pendapatan hingga

pendidikan. Lebih jelasnya mengenai karakteristik responden yang merupakan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarbaru, bisa dilihat pada uraian berikut:

Tabel 4. 1
Karakteristik Responden

No.	Karakteristik Responden	Kategori	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
1.	Usia	16-25 tahun	21	21,9
		26-35 tahun	24	25,0
		36-45 tahun	35	36,5
		> 45 tahun	16	16,7
2.	Jenis Kelamin	Laki-laki	41	42,7
		Perempuan	55	57,3
3.	Pekerjaan	PNS	15	15,6
		Karyawan Swasta	24	25,0
		Karyawan BUMN/BUMD	10	10,4
		TNI / Polri	14	14,6
		Mahasiswa / Pelajar	20	20,8
		Lain-Lain	13	13,5
4.	Pendapatan	< Rp. 1.000.000	24	25,0
		Rp.1.000.000 – Rp. 5.000.000	45	46,9
		> Rp. 5.000.000	27	28,1
5.	Pendidikan Terakhir	SD	10	10,4
		SMP	14	14,6
		SMA	21	21,9
		Diploma	8	8,3
		S1	36	37,5
		S2	7	7,3
		S3	0	0,0

Sumber: Hasil Rekapitulasi Kuesioner, 2024.

Berdasarkan pada tabel 4.1 di atas maka bisa di deskripsikan karakteristik responden yang merupakan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarbaru berdasarkan umur, dimana sebagian besar responden berumur antara 36-45 tahun yakni sebanyak 36,5%. Temuan ini

menunjukkan bahwa rata-rata nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarbaru merupakan individu yang berada pada usia produktif. Berdasarkan pada tabel 4.1 di atas maka bisa di deskripsikan karakteristik responden yang merupakan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarbaru berdasarkan jenis kelamin, dimana sebagian besar responden adalah perempuan yaitu sebesar 57,3%. Berdasarkan pada tabel 4.1 di atas maka bisa di deskripsikan karakteristik responden yang merupakan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarbaru berdasarkan pekerjaan, dimana sebagian besar responden merupakan karyawan swasta yakni sebesar 25%, sementara persentasi paling rendah adalah responden yang bekerja sebagai karyawan BUMN/BUMD yakni hanya 10,4%. Berdasarkan pada tabel 4.1 di atas maka bisa di deskripsikan karakteristik responden yang merupakan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarbaru berdasarkan pendapatan, dimana sebagian besar responden memiliki pendapatan antara Rp. 1.000.000 – Rp. 5.000.000 yakni sebanyak 46,9%. Berdasarkan pada tabel 4.1 di atas maka bisa di deskripsikan karakteristik responden yang merupakan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarbaru berdasarkan pendidikan terakhir, dimana sebagian besar responden pendidikan terakhirnya adalah S1 yakni sebesar 21,9%. Hal ini mengindikasikan bahwa rata-rata nasabah adalah individu yang memiliki pendidikan tinggi.

3. Hasil Uji Instrumen Penelitian

a. Hasil Uji Validitas

Uji validitas instrumen dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan korelasi *product moment* yang operasinya menggunakan bantuan aplikasi *SPSS for windows* versi 27. Item pernyataan dalam penelitian ini dinyatakan valid apabila memiliki nilai r hitung lebih besar dibandingkan dengan r tabel. Adapun r tabel yang ditentukan dalam uji validitas penelitian ini adalah sebesar 0,201 (r tabel untuk sampel sebanyak 96 orang). Adapun hasil uji validitas instrumen penelitian dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4. 2
Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

No.	Variabel	No. Item	r hitung	r tabel	Keterangan
1.	Kepercayaan (X1)	x1.1	0,917	0,201	Valid
2.		x1.2	0,571	0,201	Valid
3.		x1.3	0,576	0,201	Valid
4.		x1.4	0,893	0,201	Valid
5.		x1.5	0,921	0,201	Valid
6.		x1.6	0,523	0,201	Valid
7.		x1.7	0,903	0,201	Valid
8.		x1.8	0,562	0,201	Valid
9.	Citra Perusahaan (X2)	x2.1	0,455	0,201	Valid
10.		x2.2	0,628	0,201	Valid
11.		x2.3	0,663	0,201	Valid
12.		x2.4	0,318	0,201	Valid
13.		x2.5	0,207	0,201	Valid
14.		x2.6	0,355	0,201	Valid
15.		x2.7	0,481	0,201	Valid
16.		x2.8	0,480	0,201	Valid
17.		x2.9	0,510	0,201	Valid
18.		x2.10	0,773	0,201	Valid
19.	Pengalaman Nasabah (X3)	x3.1	0,328	0,201	Valid
20.		x3.2	0,452	0,201	Valid
21.		x3.3	0,233	0,201	Valid
22.		x3.4	0,301	0,201	Valid

No.	Variabel	No. Item	r hitung	r tabel	Keterangan	
23.		x3.5	0,785	0,201	Valid	
24.		x3.6	0,426	0,201	Valid	
25.		x3.7	0,786	0,201	Valid	
26.		x3.8	0,670	0,201	Valid	
27.		x3.9	0,223	0,201	Valid	
28.		x3.10	0,431	0,201	Valid	
29.		x3.11	0,332	0,201	Valid	
30.		x3.12	0,758	0,201	Valid	
31.		x3.13	0,377	0,201	Valid	
32.		x3.14	0,734	0,201	Valid	
33.		Loyalitas Nasabah (Y)	y.1	0,684	0,201	Valid
34.			y.2	0,588	0,201	Valid
35.			y.3	0,638	0,201	Valid
36.			y.4	0,647	0,201	Valid
37.	y.5		0,826	0,201	Valid	
38.	y.6		0,304	0,201	Valid	
39.	y.7		0,735	0,201	Valid	
40.	y.8		0,810	0,201	Valid	
41.	y.9		0,347	0,201	Valid	

Sumber: Hasil Output SPSS, 2024

Berdasarkan pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa seluruh item pernyataan yang ada pada kuesioner memiliki nilai r_{hitung} yang lebih besar daripada nilai r_{tabel} . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan dinyatakan valid.

b. Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas item terhadap variabel penelitian dilakukan untuk mengetahui kemampuan instrument atau tes untuk menghasilkan skor yang mendekati sama dari setiap individu dan kapan saja apabila dilakukan pengujian ulang. Reliabilitas berarti ketepatan atau dapat dipercaya. Pengujian reliabilitas instrumen dilakukan dengan program SPSS menggunakan menu analisis *Scale*. Butir pertanyaan yang ada pada instrumen angket diuji reliabilitasnya agar mendapatkan skala pengukuran instrumen

yang baik. Untuk pengujian biasanya menggunakan batasan tertentu seperti reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan di atas 0,8 adalah baik. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada *output statistic*, apabila nilai *cronbach alpha* di atas 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa alat ukur tersebut reliabel (Priyatno, 2017, hlm. 98). Berikut ini merupakan hasil uji reliabilitas instrumen penelitian:

Tabel 4. 3
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

No.	Variabel	Nilai <i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
1.	Kepercayaan (X1)	0,884	Reliabel
2.	Citra Perusahaan (X2)	0,868	Reliabel
3.	Pengalaman Nasabah (X3)	0,861	Reliabel
4.	Loyalitas Nasabah (Y)	0,863	Reliabel

Sumber: Hasil Output SPSS, 2023.

Berdasarkan pada tabel 4.3 dapat dilihat bahwa seluruh variabel memiliki nilai *Cronbach Alpha* di atas 0,6 dimana untuk variabel Kepercayaan (X1) memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,884, variabel Citra Perusahaan (X2) memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,868, variabel Kualitas Produk (X3) memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,861, variabel Loyalitas Nasabah (Y) memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,863. Dengan demikian dapat disimpulkan, bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel dan dapat digunakan untuk mengukur Pengaruh kepercayaan, citra merek dan pengalaman nasabah terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarbaru.

4. Deskriptif Statistik Variabel Penelitian

a. Deskripsi Statistik Variabel Kepercayaan

Kepercayaan adalah sejumlah keyakinan spesifik terhadap integritas (kejujuran partner dan kemampuan menepati janji), *benevolence* (perhatian dan motivasi yang dipercaya untuk bertindak sesuai dengan kepentingan yang mempercayai mereka), *competency* (kemampuan pihak partner untuk melaksanakan kebutuhan yang mempercayai) dan *predictability* (konsistensi perilaku pihak yang dipercaya) (Moven & Minor, 2018, hlm. 312). Kepercayaan dalam penelitian ini adalah kepercayaan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarbaru. Lebih jelasnya mengenai kepercayaan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarbaru dapat dilihat pada uraian berikut:

Tabel 4. 4
Tanggapan Responden terhadap Kuesioner Kepercayaan

Item	Tanggapan										Total	
	STS		KS		CS		S		SS		F	%
	F	%	f	%	f	%	F	%	f	%		
x1.1	0	0	0	0	21	21,9	43	44,8	32	33,3	96	100
x1.2	0	0	0	0	14	14,6	53	55,2	29	30,2	96	100
x1.3	0	0	0	0	16	16,7	50	52,1	30	31,3	96	100
x1.4	0	0	1	1,0	22	22,9	43	44,8	30	31,3	96	100
x1.5	0	0	0	0	21	21,9	43	44,6	32	33,3	96	100
x1.6	0	0	0	0	11	11,5	47	49,0	38	39,6	96	100
x1.7	0	0	0	0	21	21,9	42	43,8	33	34,4	96	100
x1.8	0	0	0	0	15	15,6	56	58,3	25	26,0	96	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2024.

Berdasarkan data jawaban responden pada tabel 4.4 diketahui bahwa item x1.1 “Bank Syariah Indonesia mampu menyediakan layanan transaksi sesuai dengan kebutuhan nasabah” mendapatkan jawaban sangat setuju yaitu sebesar 33,3%, setuju sebesar 44,8%, dan cukup setuju sebesar 21,9%,

sedangkan untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

Pada item pernyataan x1.2 yaitu “Kemampuan Bank Syariah Indonesia menjamin keamanan transaksi nasabah” bahwa jawaban sangat setuju yaitu sebesar 30,2%, setuju sebesar 55,2%, dan cukup setuju sebesar 14,6%, sedangkan untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

Pada item x1.3 “Kemampuan Bank Syariah Indonesia memberikan jaminan kelancaran transaksi” mendapatkan jawaban sangat setuju yaitu sebesar 31,3%, setuju sebesar 52,1%, dan cukup setuju sebesar 16,7%, sedangkan untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

Pada item x1.4 “Pertolongan Pihak Bank Syariah Indonesia kepada nasabah dalam memilih produk tabungan sesuai keperluan” mendapatkan jawaban sangat setuju yaitu sebesar 31,3%, setuju sebesar 44,8%, dan cukup setuju sebesar 22,9%, dan untuk jawaban tidak setuju hanya 1% dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

Pada item x1.5 “Pertolongan Pihak Bank Syariah Indonesia kepada nasabah untuk mendapatkan pelayanan yang sesuai” mendapatkan jawaban sangat setuju yaitu sebesar 33,3%, setuju sebesar 44,8%, dan cukup setuju sebesar 21,9%, sedangkan untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

Pada item x1.6 “Kejelasan Informasi dari Bank Syariah Indonesia mengenai kekurangan dan kelebihan produk perbankan syariah” mendapatkan jawaban sangat setuju yaitu sebesar 39,6%, setuju sebesar 49%, dan cukup setuju sebesar 11,5%, sedangkan untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

Pada item x1.7 “Pelayanan yang tulus dari Bank Syariah Indonesia kepada nasabah”. mendapatkan jawaban sangat setuju yaitu sebesar 34,4%, setuju sebesar 43,8%, dan cukup setuju sebesar 21,9%, sedangkan untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

Pada item x1.8 “Informasi yang diberikan Pihak Bank Syariah Indonesia dengan segera kepada nasabah jika ada kebijakan perbankan yang berubah” mendapatkan jawaban sangat setuju yaitu sebesar 26%, setuju sebesar 58,3%, dan cukup setuju sebesar 15,6 %, sedangkan untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

b. Deskripsi Statistik Variabel Citra Perusahaan

Citra perusahaan merupakan pemahaman nasabah mengenai nama Bank secara keseluruhan, kepercayaan konsumen terhadap suatu merek tertentu dan bagaimana nasabah memandang bank. Citra dalam penelitian ini adalah citra dari Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarbaru yang diukur melalui indikator menurut (Randheer, 2012, hlm. 92) yang menyatakan bahwa citra merek memiliki 3 indikator, terdiri dari: kualitas, kesadaran dan reputasi. Lebih jelasnya mengenai penilaian nasabah atas citra

Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarbaru dapat dilihat pada uraian berikut:

Tabel 4. 5
Tanggapan Responden terhadap Kuesioner Citra Perusahaan

Item	Tanggapan										Total	
	STS		KS		CS		S		SS			
	F	%	f	%	F	%	F	%	f	%	f	%
x2.1	0	0	0	0	5	5,2	73	76,0	18	18,8	96	100
x2.2	0	0	0	0	11	11,5	56	58,3	29	30,2	96	100
x2.3	0	0	0	0	24	25,0	43	44,8	29	30,2	96	100
x2.4	0	0	0	0	4	4,2	59	61,5	33	34,4	96	100
x2.5	0	0	0	0	13	13,5	47	49,	36	37,5	96	100
x2.6	0	0	0	0	8	8,3	74	77,1	14	14,6	96	100
x2.7	0	0	0	0	54	56,3	24	25,0	18	18,8	96	100
x2.8	0	0	0	0	2	2,1	65	67,7	29	30,2	96	100
x2.9	0	0	0	0	11	11,5	55	57,3	30	31,3	96	100
x2.10	0	0	0	0	28	29,2	37	38,5	31	32,3	96	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2024.

Pada tabel 4.5 diketahui bahwa item x2.1 “Perkembangan Bank Syariah Indonesia menjadi lembaga keuangan yang maju” mendapatkan jawaban sangat setuju yaitu sebesar 18,8%, setuju sebesar 76%, dan cukup setuju sebesar 5,2%, sedangkan untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

Pada item x2.1 “Reputasi Bank Syariah Indonesia sebagai Bank yang amanah” mendapatkan jawaban sangat setuju yaitu sebesar 30,2%, setuju sebesar 58,3%, dan cukup setuju sebesar 11,5%, sedangkan untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

Pada item x2.3 “Karyawan Bank Syariah Indonesia dengan kompetensi yang mampu memberikan pelayanan prima” mendapatkan jawaban sangat setuju yaitu sebesar 30,2%, setuju sebesar 44,8%, dan cukup setuju sebesar

25%, sedangkan untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

Pada item x2.4 “Kemampuan Bank Syariah Indonesia menumbuhkan asetnya” mendapatkan jawaban sangat setuju yaitu sebesar 34,4%, setuju sebesar 61,5%, dan cukup setuju sebesar 4,2%, sedangkan untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

Pada item x2.5 “Kemampuan Bank Syariah Indonesia meningkatkan jumlah nasabah dibandingkan dengan bank syariah yang lain lebih cepat” mendapatkan jawaban sangat setuju yaitu sebesar 37,5%, setuju sebesar 49%, dan cukup setuju sebesar 13,5%, sedangkan untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

Pada item x2.6 “Kemampuan Bank Syariah Indonesia meningkatkan laba, asset jumlah nasabah dengan baik diatas target dalam 3 tahun terakhir” mendapatkan jawaban sangat setuju yaitu sebesar 14,6%, setuju sebesar 77,1%, dan cukup setuju sebesar 8,3%, sedangkan untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

Pada item x2.7 “Bank Syariah Indonesia memiliki tanggung jawab sosial yang tinggi” mendapatkan jawaban sangat setuju yaitu sebesar 18,8%, setuju sebesar 25%, dan cukup setuju sebesar 56,3%, sedangkan untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

Pada item x2.8 “Penyediaan Bank Syariah Indonesia atas layanan mobile banking yang mudah di akses” mendapatkan jawaban sangat setuju yaitu sebesar 30,2%, setuju sebesar 67,7%, dan cukup setuju sebesar 2,1%,

sedangkan untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

Pada item x2.9 “Bank Syariah Indonesia memiliki layanan mobile bisa digunakan dimana saja” mendapatkan jawaban sangat setuju yaitu sebesar 31,3%, setuju sebesar 57,3%, dan cukup setuju sebesar 11,5%, sedangkan untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

Pada item x2.10 “Bank Syariah Indonesia memiliki karyawan yang kompeten” mendapatkan jawaban sangat setuju yaitu sebesar 32,3%, setuju sebesar 38,5%, dan cukup setuju sebesar 29,2%, sedangkan untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

c. Deskripsi Statistik Variabel Pengalaman Nasabah

Pengalaman nasabah dengan sebuah lembaga keuangan khususnya perbankan syariah dapat membentuk perilaku. Ketika kualitas pelayannya baik dari perusahaan, maka konsumen secara otomatis akan mengilangi perilakunya pada perusahaan tersebut (Gaffar, 2017, hlm. 89). Pengalaman nasabah yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pengalaman nasabah dengan Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarbaru. Lebih jelasnya mengenai pengalaman nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarbaru dapat dilihat pada uraian berikut:

Tabel 4. 6
Tanggapan Responden terhadap Kuesioner Pengalaman Nasabah

Item	Tanggapan										Total	
	STS		KS		CS		S		SS		f	%
	F	%	f	%	f	%	F	%	f	%		
x3.1	0	0	0	0	5	5,2	59	61,5	32	33,3	96	100
x3.2	0	0	0	0	21	21,9	44	45,8	31	32,3	96	100

Item	Tanggapan										Total	
	STS		KS		CS		S		SS			
	F	%	f	%	f	%	F	%	f	%	f	%
x3.3	0	0	0	0	14	14,6	43	44,8	39	40,6	96	100
x3.4	0	0	0	0	4	4,2	59	61,5	33	34,4	96	100
x3.5	0	0	0	0	17	17,7	56	58,3	23	24,0	96	100
x3.6	0	0	0	0	21	21,9	54	56,3	21	21,9	96	100
x3.7	0	0	0	0	15	15,6	56	58,3	25	26,0	96	100
x3.8	0	0	0	0	14	14,6	46	47,9	36	37,5	96	100
x3.9	0	0	0	0	8	8,3	75	78,1	13	13,5	96	100
x3.10	0	0	0	0	53	55,2	25	26,0	18	18,8	96	100
x3.11	0	0	0	0	5	5,2	59	61,5	32	33,3	96	100
x3.12	0	0	1	1,0	17	17,7	56	58,3	22	22,9	96	100
x3.13	0	0	0	0	23	24,0	53	55,2	20	20,8	96	100
x3.14	0	0	0	0	16	16,7	56	58,3	24	25,0	96	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2024.

Berdasarkan tabel 4.6 diketahui bahwa item x3.1 “Nasabah menilai Bank Syariah Indonesia memiliki ruang tunggu yang luas dan nyaman” mendapatkan jawaban sangat setuju yaitu sebesar 33,3%, setuju sebesar 61,5%, dan cukup setuju sebesar 5,2%, sedangkan untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

Item x3.2 “Penilaian Nasabah bahwa Bank Syariah Indonesia memiliki tempat parkir yang luas” mendapatkan jawaban sangat setuju yaitu sebesar 32,3%, setuju sebesar 45,8%, dan cukup setuju sebesar 21,9%, sedangkan untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

Item x3.3 “Penilaian Nasabah bahwa Bank Syariah Indonesia memiliki fasilitas yang lengkap” mendapatkan jawaban sangat setuju yaitu sebesar 40,6%, setuju sebesar 44,8%, dan cukup setuju sebesar 14,6%, sedangkan untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

Item x3.4 “penilaian Nasabah bahwa Bank Syariah Indonesia mampu memenuhi semua pelayanan yang di perlukan sebagai nasabah” mendapatkan

jawaban sangat setuju yaitu sebesar 34,4%, setuju sebesar 61,5%, dan cukup setuju sebesar 4,2%, sedangkan untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

Item x3.5 “Penilaian Nasabah bahwa Pihak Bank Syariah Indonesia memiliki perhatian yang besar terhadap kebutuhan nasabah” mendapatkan jawaban sangat setuju yaitu sebesar 24%, setuju sebesar 58,3%, dan cukup setuju sebesar 17,7%, sedangkan untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

Item x3.6 “Penilaian Nasabah bahwa Karyawan Bank Syariah Indonesia sangat ramah dan sopan” mendapatkan jawaban sangat setuju yaitu sebesar 21,9%, setuju sebesar 56,3%, dan cukup setuju sebesar 21,9%, sedangkan untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

Item x3.7 “Penilaian Nasabah bahwa Karyawan Bank Syariah Indonesia memberikan tanggapan atas keluhan nasabah” mendapatkan jawaban sangat setuju yaitu sebesar 26%, setuju sebesar 58,3%, dan cukup setuju sebesar 26%, sedangkan untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

Item x3.8 “Penilaian Nasabah bahwa Bank Syariah Indonesia mampu memberikan pelayanan prima” mendapatkan jawaban sangat setuju yaitu sebesar 37,5%, setuju sebesar 47,9%, dan cukup setuju sebesar 14,6%, sedangkan untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

Item x3.9 “Penilaian Nasabah bahwa Bank Syariah Indonesia memiliki sistem operasional yang benar-benar bebas dari riba” mendapatkan jawaban sangat setuju yaitu sebesar 13,5%, setuju sebesar 78,1%, dan cukup setuju sebesar 8,3%, sedangkan untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

Item x3.10 “Penilaian Nasabah bahwa Bank Syariah Indonesia memiliki reputasi yang sangat baik” mendapatkan jawaban sangat setuju yaitu sebesar 18,8%, setuju sebesar 26%, dan cukup setuju sebesar 55,2%, sedangkan untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

Item x3.11 “Penilaian Nasabah bahwa Bank Syariah Indonesia memiliki respon yang cepat terhadap kebutuhan nasabah” mendapatkan jawaban sangat setuju yaitu sebesar 33,3%, setuju sebesar 61,5%, dan cukup setuju sebesar 5,2%, sedangkan untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

Item x3.12 “Penilaian Nasabah bahwa Bank Syariah Indonesia mampu membantu menyelesaikan masalah nasabah” mendapatkan jawaban sangat setuju yaitu sebesar 22,9%, setuju sebesar 58,3%, cukup setuju sebesar 17,7%, sedangkan untuk jawaban tidak setuju hanya 1% dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

Item x3.13 “Pemberitahuan dari Bank Syariah Indonesia kepada nasabah atas setiap transaksi melalui email” mendapatkan jawaban sangat setuju yaitu sebesar 20,8%, setuju sebesar 55,2%, dan cukup setuju sebesar

24%, sedangkan untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

Item x3.14 “Penilaian Nasabah bahwa Bank Syariah Indonesia dapat menciptakan komunikasi yang baik dengan nasabah melalui, telepon maupun kontak fisik” mendapatkan jawaban sangat setuju yaitu sebesar 25%, setuju sebesar 58,3%, dan cukup setuju sebesar 16,7%, sedangkan untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

d. Deskripsi Statistik Variabel Loyalitas Nasabah

Loyalitas nasabah ialah komitmen yang kuat untuk melakukan banyak pembelian berulang dari produk yang dipilih atau menggunakan layanan secara konsisten di masa depan (Cheng & Rashid, 2013, hlm. 102). Loyalitas nasabah dalam penelitian ini adalah loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarbaru yang diukur melalui indikator: kesetiaan terhadap pembelian produk, ketahanan terhadap pengaruh negatif mengenai perusahaan, dan mereferensikan secara total eksistensi perusahaan. Lebih jelasnya mengenai loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarbaru dapat dilihat pada uraian berikut:

Tabel 4. 7
Tanggapan Responden terhadap Kuesioner Loyalitas Nasabah

Item	Tanggapan										Total	
	STS		KS		CS		S		SS		f	%
	F	%	F	%	f	%	F	%	f	%		
y.1	0	0	0	0	21	21,9	43	44,8	32	33,3	96	100
y.2	0	0	0	0	14	14,6	53	55,2	29	30,2	96	100
y.3	0	0	0	0	16	16,7	50	52,1	30	31,3	96	100
y.4	0	0	0	0	4	4,2	59	61,5	33	34,4	96	100
y.5	0	0	0	0	13	13,5	47	49,0	36	37,5	96	100
y.6	0	0	0	0	8	8,3	74	77,1	14	14,6	96	100

Item	Tanggapan										Total	
	STS		KS		CS		S		SS			
	F	%	F	%	f	%	F	%	f	%	f	%
y.7	0	0	0	0	15	15,6	56	58,3	25	26,0	96	100
y.8	0	0	0	0	14	14,6	46	47,9	36	37,5	96	100
y.9	0	0	0	0	8	8,3	7,5	78,1	13	13,5	96	100

Sumber : Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2024.

Pada tabel 4.7 diketahui bahwa item y.1 “menjadi nasabah di Bank lain selain Bank Syariah Indonesia” mendapatkan jawaban sangat setuju yaitu sebesar 33,3%, setuju sebesar 44,8%, dan cukup setuju sebesar 21,9%, sedangkan untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

Item y.2 “Sudah lebih dari 2 tahun menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia” mendapatkan jawaban sangat setuju yaitu sebesar 30,2%, setuju sebesar 55,2%, dan cukup setuju sebesar 14,6%, sedangkan untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

Item y.3 “Prioritas bertransaksi melalui Bank Syariah Indonesia” mendapatkan jawaban sangat setuju yaitu sebesar 31,3%, setuju sebesar 52,1%, dan cukup setuju sebesar 16,7%, sedangkan untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

Item y.4 “Meskipun pernah mendapatkan tawaran dari Bank lain, tetapi selalu memilih bertransaksi di Bank Syariah Indonesia” mendapatkan jawaban sangat setuju yaitu sebesar 34,4%, setuju sebesar 61,5%, dan cukup setuju sebesar 4,2%, sedangkan untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

Item y.5 “Meskipun Bank lain menawarkan promo, tetap memilih bertransaksi dan menggunakan layanan Bank Syariah Indonesia” mendapatkan jawaban sangat setuju yaitu sebesar 37,5%, setuju sebesar 49%, dan cukup setuju sebesar 13,5%, sedangkan untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

Item y.6 “Tidak ada niat menjadi nasabah Bank lain” mendapatkan jawaban sangat setuju yaitu sebesar 14,6%, setuju sebesar 77,1%, dan cukup setuju sebesar 8,3%, sedangkan untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

Item y.7 “Saran kepada keluarga untuk menggunakan layanan dan produk dari Bank Syariah Indonesia” mendapatkan jawaban sangat setuju yaitu sebesar 15,6%, setuju sebesar 58,3%, dan cukup setuju sebesar 26%, sedangkan untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

Item y.8 “Saran kepada teman untuk menggunakan layanan dan produk dari Bank Syariah Indonesia” mendapatkan jawaban sangat setuju yaitu sebesar 37,5%, setuju sebesar 47,5%, dan cukup setuju sebesar 14,6%, sedangkan untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

Item y.9 “Saran kepada kerabat untuk menggunakan layanan dan produk dari Bank Syariah Indonesia” mendapatkan jawaban sangat setuju yaitu sebesar 13,5%, setuju sebesar 78,1%, dan cukup setuju sebesar 13,5%,

sedangkan untuk jawaban tidak setuju dan sangat tidak setuju tidak mendapatkan respon.

5. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik terhadap model regresi yang digunakan, dilakukan agar dapat diketahui apakah model regresi tersebut merupakan model regresi yang baik atau tidak (Santoso, 2014, hlm. 358). Dalam penelitian ini uji asumsi klasik yang digunakan adalah uji normalitas, uji heteroskedastisitas dan uji multikolinieritas.

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan independen keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas data dalam penelitian ini dengan metode *One sample Kolmogorov-Smirnov* untuk mengambil keputusan apakah data normal atau tidak maka cukup membaca pada nilai signifikansi (*Asymp Sig 2-tailed*). Jika signifikansi kurang dari 0,05 maka kesimpulannya data tidak berdistribusi normal. Jika signifikansi lebih dari 0,05 maka data berdistribusi normal. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. 8
Hasil Uji Normalitas dengan *One Sample Kolmogorov-Smirnov*

No.	Variabel	<i>Asymp. Sig (2 tailed)</i>	Keterangan
1.	Kepercayaan (X1)	0,200	Normal
2.	Citra Perusahaan (X2)	0,147	Normal
3.	Pengalaman Nasabah (X3)	0,100	Normal
3.	Loyalitas Nasabah (Y)	0,145	Normal

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2024

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi (*Asymp Sig 2-Tailed*) untuk variabel Kepercayaan (X1) sebesar 0,200. Ini artinya nilai

sig lebih dari 0,05 maka dapat dapat simpulkan data berdistribusi normal. Nilai signifikansi (*Asymp Sig 2-Tailed*) untuk variabel Citra Perusahaan (X2) sebesar 0,147. Ini artinya nilai *sig* lebih dari 0,05 maka dapat dapat simpulkan data berdistribusi normal. Nilai signifikansi (*Asymp Sig 2-Tailed*) untuk variabel Pengalaman Nasabah (X3) sebesar 0,100. Ini artinya nilai *sig* lebih dari 0,05 maka dapat dapat simpulkan data berdistribusi normal. Nilai signifikansi (*Asymp Sig 2-Tailed*) untuk variabel Loyalitas Nasabah (Y) sebesar 0,145. Ini artinya nilai *sig* lebih dari 0,05 maka dapat dapat simpulkan data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas peneliti. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Ada tidaknya korelasi antar variabel tersebut dapat dideteksi dengan melihat nilai *Value Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai VIF > 10, terjadi multikolinieritas. Sebaliknya, jika VIF < 10, tidak terjadi multikolinieritas. Adapun hasil uji multikolinieritas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 4. 9
Hasil Pengujian Multikolinieritas

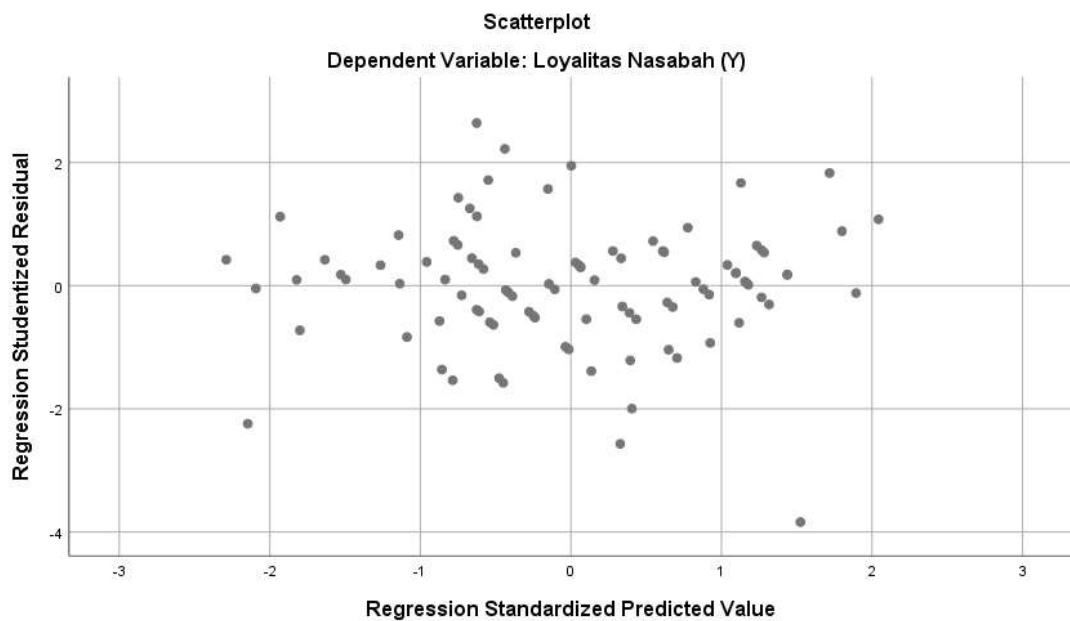
Variabel	Nilai <i>VIF</i>	Keterangan
Kepercayaan (X1)	1,609	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Citra Perusahaan (X2)	1,342	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Pengalaman Nasabah (X3)	2,035	Tidak Terjadi Multikolinieritas

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2024

Pada tabel 4.9, untuk mengetahui hasil uji multikolinieritas dapat dilihat pada *Variance Inflation Factor (VIF)* yaitu Kepercayaan (X1) memiliki nilai VIF sebesar 1,609, Variabel Citra Perusahaan (X2) memiliki nilai VIF sebesar 1,342. Variabel Pengalaman Nasabah (X3) memiliki nilai VIF sebesar 2,035. Menurut Ghozali apabila nilai VIF < 10 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi atau tidak terdapat multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi (Ghozali, 2017, hlm. 92).

c. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dimaksudkan untuk mengetahui kesamaan masing-masing variabel Kepercayaan (X1), Citra Perusahaan (X2) dan Pengalaman Nasabah (X3) terhadap Loyalitas Nasabah (Y) di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarbaru. Pengujian homogenitas terhadap variabel penelitian digunakan uji heteroskedastisitas. Deteksi terhadap masalah heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat grafik sebaran nilai residual. Uji heteroskedastisitas menggunakan metode grafik plot *Regression Standardized Predicted Value* dengan *Regression Studentized Residual*. Hasil pengujian dapat dilihat pada gambar sebagai berikut :



Gambar 4. 2
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Sumber : Output Statistik 27, 2024

Berdasarkan grafik *scatterplot* di atas tampak bahwa sebaran data tidak membentuk pola yang jelas, titik-titik data menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas, dengan kata lain pada model regresi terjadi kesamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dengan demikian dapat disimpulkan model regresi ini telah memenuhi asumsi heteroskedastisitas, hal ini menunjukkan bahwa variasi data homogen.

6. Analisis Regresi Linier Berganda

Pengaruh variabel bebas yaitu Kepercayaan (X1), Citra Perusahaan (X2) dan Pengalaman Nasabah (X3) terhadap Loyalitas Nasabah (Y) di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarbaru dapat diketahui dengan melakukan

pengujian menggunakan analisis regresi berganda dengan bantuan SPSS versi 27. Adapun hasil uji regresi linier berganda mengenai pengaruh Kepercayaan (X1), Citra Perusahaan (X2) dan pengalaman nasabah (X3) terhadap Loyalitas Nasabah (Y) di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarbaru adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 10
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien Regresi (bi)	t hitung	Beta	Sig
Konstanta	2,301			
Kepercayaan (X1)	0,519	12,464	0,656	0,000
Citra Perusahaan (X2)	0,100	2,253	0,108	0,027
Pengalaman Nasabah (X3)	0,233	5,312	0,315	0,000
Konstanta = 2,301		F hitung = 162,716		
R = 0,917		Sig = 0,000		
R square (R ²) = 0,841		Adjusted R Square = 0,836		

Sumber: Hasil Output SPSS 27, 2024

Berdasarkan pada Tabel 4.10 di atas dapat diketahui bahwa loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarbaru dipengaruhi oleh kepercayaan, citra perusahaan dan pengalaman nasabah. Masing-masing variabel bebas yang terdiri dari kepercayaan, citra perusahaan dan pengalaman nasabah tersebut memberikan pengaruh yang bervariasi terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarbaru.

Berdasarkan tabel di atas, dapat diperoleh persamaan analisis regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 2,301 + 0,519 X_1 + 0,100 X_2 + 0,233 X_3$$

Angka 2,301 pada persamaan regresi berganda di atas berarti bahwa tanpa adanya Kepercayaan, citra perusahaan dan pengalaman nasabah, maka

loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarbaru adalah hanya sebesar 2,301.

Koefisien regresi variabel kepercayaan bernilai positif, berarti ada hubungan searah antara kepercayaan dengan loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarbaru. Artinya apabila kepercayaan meningkat, maka loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarbaru juga akan mengalami peningkatan.

Koefisien regresi variabel citra perusahaan bernilai positif, berarti ada hubungan searah antara citra perusahaan dengan loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarbaru. Artinya apabila citra perusahaan meningkat, maka loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarbaru juga akan mengalami peningkatan.

Koefisien regresi variabel pengalaman nasabah bernilai positif, berarti ada hubungan searah antara kepercayaan dengan loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarbaru. Artinya apabila pengalaman nasabah meningkat, maka loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarbaru juga akan mengalami peningkatan.

Berdasarkan pada tabel 4.10 di atas khususnya pada kolom *Adjusted R Square* dapat diketahui bahwa variabel bebas yang terdiri dari kepercayaan, citra perusahaan dan pengalaman nasabah secara bersama-sama memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarbaru yaitu sebesar 83,6% dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kepercayaan, citra perusahaan dan

pengalaman nasabah memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarbaru.

7. Uji Hipotesis

a. Uji t

Uji Hipotesis Pertama dilakukan dengan Uji t. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, citra perusahaan dan pengalaman nasabah terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarbaru yaitu dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan signifikansi 95% ($\alpha=0,05$), jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan sebaliknya jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4. 11
Hasil Uji t

No	Variabel	t_{hitung}	t_{tabel}	Sig
1.	Kepercayaan (X1)	12,464	1,661	0,000
2.	Citra Perusahaan (X2)	2,253	1,661	0,027
3.	Pengalaman Nasabah (X3)	5,312	1,661	0,000

Sumber: Hasil Output SPSS, 2024.

Pada tabel 4.11 menunjukkan nilai signifikansi t untuk masing-masing variabel independen yang dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- 1) Variabel Kepercayaan (X1), nilai t_{hitung} sebesar 12,464 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,661 dengan signifikansi sebesar 0,000. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($12,464 > 1,661$) atau $\text{sig } t < 5\%$ ($0,000 < 0,05$), artinya terdapat pengaruh variabel kepercayaan (X1) terhadap Loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarbaru.

- 2) Variabel Citra Perusahaan (X2), nilai t_{hitung} sebesar 2,253 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,661 dengan signifikansi sebesar 0,027. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,253 > 1,661$) atau $sig\ t < 5\%$ ($0,027 < 0,05$), artinya terdapat pengaruh variabel citra perusahaan (X2) terhadap Loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarbaru.
- 3) Variabel Pengalaman nasabah (X3), nilai t_{hitung} sebesar 5,312 sedangkan t_{tabel} sebesar 1,661 dengan signifikansi sebesar 0,000. Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,312 > 1,661$) atau $sig\ t < 5\%$ ($0,000 < 0,05$), artinya terdapat pengaruh variabel pengalaman nasabah (X3) terhadap Loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarbaru.

Dengan demikian, maka hipotesis penelitian yang berbunyi:

- H_0 : Kepercayaan, citra perusahaan, dan pengalaman nasabah secara parsial tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarbaru. (Ditolak)
- H_a : Kepercayaan, citra perusahaan, dan pengalaman nasabah secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarbaru. (diterima)

b. Uji F

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua variabel bebas yaitu kepercayaan, citra perusahaan dan pengalaman nasabah secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat yaitu loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarbaru. Pengujian ini dilakukan

dengan uji F, dengan tingkat signifikansi sebesar 95% ($\alpha = 0,05$). Hasil uji F dapat dilihat pada Tabel 4.12.

Tabel 4. 12
Hasil Uji F

<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>F_{hitung}</i>	<i>F_{tabel}</i>	<i>Sig</i>
0,917	0,841	0,836	162,716	2,70	0,000

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2024

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai signifikansi F (0,000) < Signifikansi α (0,05), yaitu (0,000 < 0,05) atau dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} . Dimana dari hasil perhitungan diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ (167,71 > 2,70). Berdasarkan perhitungan tersebut maka keputusannya adalah secara statistik dapat dibuktikan bahwa semua variabel independen yang terdiri dari kepercayaan, citra perusahaan dan pengalaman nasabah secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarbaru. Dari hasil pengujian tersebut disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara variabel kepercayaan, citra perusahaan dan pengalaman nasabah terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarbaru. Dengan demikian maka hipotesis penelitian yakni H2, yang berbunyi:

H₀₂ : Kepercayaan, citra perusahaan, dan pengalaman nasabah secara simultan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarbaru. (Ditolak)

H_{a2} : Kepercayaan, citra perusahaan, dan pengalaman nasabah secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarbaru. (Diterima)

Berdasarkan pada hasil uji t dan uji F di atas, maka dapat disimpulkan bahwa loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarbaru dipengaruhi oleh kepercayaan, citra perusahaan dan pengalaman nasabah, baik secara parsial maupun secara simultan.

B. Analisis Data

1. Pengaruh kepercayaan, citra perusahaan, dan pengalaman nasabah secara parsial terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarbaru

Loyalitas atau kesetiaan seorang nasabah dikonsepsikan sebagai komitmen atau kesungguhan yang kuat agar terus melakukan transaksi pada lembaga keuangan tertentu terutamanya Bank yang dalam penelitian ini adalah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarbaru.

Pengaruh secara parsial maksudnya adalah pengaruh dari Kepercayaan, citra perusahaan dan pengalaman nasabah secara sendiri-sendiri terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarbaru yang dianalisis menggunakan uji t. Hasil uji t menunjukkan bahwa masing-masing variabel yang terdiri dari Kepercayaan, citra perusahaan dan pengalaman nasabah memberikan pengaruh yang berbeda-beda terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarbaru.

Berdasarkan pada hasil analisis regresi linier berganda pada tabel 4.52 kepercayaan memberikan pengaruh sebesar 0,519 terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarbaru. Pengaruh yang dimunculkan oleh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarbaru adalah positif. Maknanya adalah semakin tinggi kepercayaan nasabah atas Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarbaru maka akan semakin tinggi pula loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarbaru. Kepercayaan merupakan sejumlah keyakinan spesifik terhadap integritas (kejujuran partner dan kemampuan menepati janji), benevolence (perhatian dan motivasi yang dipercaya untuk bertindak sesuai dengan kepentingan yang mempercayai mereka), *competency* (kemampuan pihak partner untuk melaksanakan kebutuhan yang mempercayai) dan *predictability* (konsistensi perilaku pihak yang dipercaya) (Moven & Minor, 2018, hlm. 312). Kepercayaan dalam penelitian ini adalah kepercayaan nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarbaru. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Thamrin, Bernarto dan Kawata (2020) yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap loyalitas. Penelitian ini juga memperkuat penelitian Ricadonna (2021) yang menyatakan bahwa kepercayaan secara langsung berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Berdasarkan pada hasil analisis regresi linier berganda pada tabel 4.10 citra perusahaan memberikan pengaruh sebesar 0,100 terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarbaru. Pengaruh yang dimunculkan oleh citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor

Cabang Banjarbaru adalah positif. Maknanya adalah semakin bagus citra Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarbaru maka akan semakin tinggi pula loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarbaru. Citra perusahaan dapat diasumsikan sebagai pemahaman nasabah mengenai nama Bank secara keseluruhan, kepercayaan konsumen terhadap suatu merek tertentu dan bagaimana nasabah memandang bank. Citra dalam penelitian ini adalah citra dari Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarbaru yang diukur melalui indikator menurut (Randheer, 2012, hlm. 92) yang menyatakan bahwa citra merek memiliki 3 indikator, terdiri dari: kualitas, kesadaran dan reputasi. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Normasari, Kumadji dan Kusumawati (2013) yang menyatakan bahwa citra perusahaan memiliki pengaruh atau kontribusi signifikan terhadap loyalitas. Temuan penelitian ini sejalan pula dengan penelitian Apriyanti, Putri, Djasuro Surya dan Lutfi (2017) yang membuktikan bahwa terdapat pengaruh langsung citra perusahaan terhadap loyalitas.

Berdasarkan pada hasil analisis regresi linier berganda pada tabel 4.10 pengalaman nasabah memberikan pengaruh sebesar 0,233 terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarbaru. Pengaruh yang dimunculkan oleh pengalaman nasabah terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarbaru adalah positif. Maknanya adalah semakin bagus pengalaman nasabah dengan Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarbaru maka akan semakin tinggi pula loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarbaru. Pengalaman nasabah dengan sebuah lembaga keuangan khususnya perbankan syariah dapat membentuk perilaku.

Ketika kualitas pelayannya baik dari perusahaan, maka konsumen secara otomatis akan mengilangi perilakunya pada perusahaan tersebut (Gaffar, 2017, hlm. 89). Pengalaman nasabah yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pengalaman nasabah dengan Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarbaru. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Lady (2021) yang menyatakan bahwa pengalaman nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Berpijak pada hasil penelitian terungkap pula bahwa kepercayaan merupakan variabel yang berpengaruh dominan atau paling besar terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarbaru. Hal ini cukup beralasan sebab Pondasi utama dari aktivitas dunia perbankan adalah kepercayaan, baik berkenaan dengan kegiatan penghimpunan dana maupun penyaluran atau pendistribusian dana. Kepercayaan melibatkan kesetiaan individu tertentu untuk melakukan tindakan karena adanya dorongan dari rasa yakin bahwa mitranya akan memberikan apa yang diinginkan dan diharapkannya secara umum dan berhubungan dengan ucapan, janji atau pernyataan individu lain yang bisa dipercaya. Kepercayaan dianggap sebagai perkembangan dari pengalaman dan perbuatan di masa lampau dari mitra seperti bisa dipercaya dan bisa diandalkan.

2. Pengaruh kepercayaan, citra perusahaan, dan pengalaman nasabah secara simultan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarbaru

Pengaruh secara simultan maksudnya adalah pengaruh secara bersama-sama dari variabel bebas yang terdiri dari kepercayaan, citra perusahaan dan

pengalaman nasabah terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarbaru yang dianalisis menggunakan Uji F.

Hasil uji F menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} lebih besar dibandingkan dengan nilai F_{tabel} , yang berarti bahwa secara simultan atau bersama-sama Kepercayaan, citra perusahaan dan pengalaman nasabah memberikan pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarbaru.

Berdasarkan pada hasil analisis regresi linier berganda pada tabel 4.52 nilai *Adjusted R Square* adalah sebesar 0,836 yang bermakna bahwa 83,6% loyalitas nasabah pada Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarbaru di tentukan oleh Kepercayaan, citra perusahaan dan pengalaman nasabah, sedangkan sisanya yakni 16,4% ditentukan oleh variabel lain diluar variabel penelitian.

Hal ini berarti bahwa untuk meningkatkan loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarbaru aspek yang perlu diperhatikan adalah Kepercayaan, citra perusahaan dan pengalaman nasabah yang dimiliki oleh nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarbaru, karena semakin meningkat Kepercayaan, citra perusahaan dan pengalaman nasabah, maka akan semakin meningkat pula loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Banjarbaru.