

BAB IV

LAPORAN HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

A. Penyajian Data

1. Gambaran Umum Objek Penelitian

a. Bank Syariah Indonesia

PT. Bank Syariah Indonesia Tbk (BSI) secara resmi lahir pada 1 Februari 2021 atau 19 Jumadil Akhir 1442 H, dimana menjadi penanda sejarah bergabungnya Bank BRI Syariah, Bank Syariah Mandiri, dan Bank BNI Syariah menjadi satu entitas yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Dalam komposisi pemegang saham BSI diantaranya : PT Bank Mandiri (Persero) Tbk 50,83%, PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk 24,85%, PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk 17,25%, Sisanya adalah pemegang saham yang masing-masing dibawah 5%. Tujuan dari penggabungan ini akan menyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah sehingga menghadirkan layanan yang lebih lengkap, jangkauan lebih luas, serta memiliki kapasitas permodalan yang lebih baik. Didukung sinergi dengan perusahaan serta komitmen pemerintah melalui Kementerian BUMN, sehingga diharapkan Bank Syariah Indonesia didorong untuk dapat bersaing di tingkat global. (bankbsi.co.id, 2023).

Berdirinya Bank Syariah Indonesia (BSI) di resmikan melalui surat yang di keluarkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Surat yang di rilis 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.

Penggabungan ketiga Bank Syariah tersebut merupakan ikhtiar untuk melahirkan Bank Syariah kebanggaan umat, yang diharapkan menjadi energi baru pembangunan ekonomi nasional serta berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cerminan wajah perbankan Syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi segenap alam (Rahmatan Lil 'Aalamiin). BSI sangat berpotensi untuk menjadi bagian dari kelompok bank syariah terkemuka di tingkat global. Selain kinerja yang tumbuh positif, dukungan iklim bahwa pemerintahan Indonesia memiliki misi lahirnya ekosistem industry halal dan memiliki bank syariah nasional yang besar serta kuat, fakta bahwa Indonesia sebagai Negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia ikut membuka peluang. (bankbsi.co.id, 2023).

b. Visi dan Misi BSI Banjarmasin

1) Visi

Visi dari bank BSI adalah menjadi “Top 10 Global Islamic Bank”

2) Misi

Misi Bank BSI diantaranya sebagai berikut (bankbsi.co.id 2023):

a) 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.

b) Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham

Top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2)

c) 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.

c. Produk-produk BSI KC. Banjarmasin

Produk Pendanaan (funding) PT BPRS Suriyah Kc Semarang

Produk funding adalah produk yang berkaitan dengan simpanan atau tabungan yang dikeluarkan oleh BSI KCP Pasar Cempaka yaitu:

1) Tabungan

Berikut beragam produk tabungan sesuai prinsip syariah diantaranya :

- a) BSI Tabungan Bisnis
- b) BSI Tabungan Classic
- c) BSI Tabungan Easy Mudharabah
- d) BSI Tabungan Easy Wadiah
- e) BSI Tabungan Efek Syariah
- f) BSI Tabungan Junior
- g) BSI Tabungan Mahasiswa
- h) BSI Tabungan Payroll
- i) BSI Tabungan Pendidikan
- j) BSI Tabungan Pensiun
- k) BSI Tabungan Prima
- l) BSI Tabungan Rencana
- m) BSI Tabungan Simpanan Pelajar
- n) BSI Tabungan Smart
- o) BSI Tabungan Valas
- p) BSI Tabunganku
- q) BSI Tapenas Kolektif

2) Haji dan Umroh

Beragam produk haji dan umrah unggulan diantaranya:

- a) BSI Tabungan Haji Indonesia
- b) BSI Tabungan Haji Muda Indonesia

3) Pembiayaan

Berikut beragam produk pembiayaan sesuai syariah diantaranya :

- a) Bilateral Financing
- b) BSI Cash Collateral
- c) BSI Distributor Financing
- d) BSI Griya Hasanah
- e) BSI Griya Konstruksi
- f) BSI Griya Mabror
- g) BSI Griya Simuda
- h) BSI Griya Swakarya
- i) BSI KPR Sejahtera
- j) BSI KUR Kecil
- k) BSI KUR Mikro
- l) BSI KUR Super Mikro
- m) BSI Mitra Beragun Emas (Non Qardh)
- n) BSI Mitraguna Berkah
- o) BSI Multiguna Hasanah

- p) BSI Oto
- q) BSI Pensiun Berkah
- r) BSI Umrah
- s) Mitraguna Online

4) Investasi

Berikut Beragam Produk Investasi Sesuai Syariah diantaranya:

- a) Bancassurance
- b) BSI Deposito Valas
- c) BSI Reksa Dana Syariah
- d) Cash Waqf Linked Sukuk Ritel (Sukuk Wakaf Ritel)
- e) Deposito Rupiah
- f) Referral Retail Brokerage
- g) SBSN Ritel

5) Transaksi

Berikut produk dan layanan untuk menunjang transaksi diantaranya:

- a) BSI Giro Rupiah
- b) BSI Giro Valas

6) Emas

Berikut produk emas unggulan diantaranya:

- a) BSI Cicil Emas
- b) BSI Gadai Emas

7) Bisnis

Berikut Layanan bagi pelaku Usaha Kecil dan Mikro diantaranya

- a) Bank Guarantee Under Counter Guarantee
 - b) BSI Bank Garansi
 - c) BSI Cash Management
 - d) BSI Deposito Ekspor SDA
 - e) BSI Giro Ekspor SDA
 - f) BSI Giro Optima
 - g) BSI Giro Pemerintah
 - h) BSI Pembiayaan Investasi
 - i) Giro Vastro
 - j) Jasa Penagihan Transaksi Trade Finance Antar Bank
- Pembiayaan Yang Diterima (PYD).

8) Prioritas

- a) BSI Prioritas
- b) BSI Private
- c) Safe Deposit Box (SDB)

2. Deskripsi Responden

Responden pada penelitian ini sebanyak 98 orang Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin. Berdasarkan hasil pembagian kuesioner maka diperoleh karakteristik responden sebagai berikut.

i. Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil pembagian kuesioner, jenis kelamin nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin yang terpilih menjadi responden diuraikan sebagai berikut:

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Laki-Laki	52	53%
2	Perempuan	46	47%
Jumlah		98	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2024

Berdasarkan tabel 4.1 di atas dapat disimpulkan bahwa kuesioner ini sebagian besar responden nasabah penabung dari Bank Syariah

Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin adalah Laki-Laki dengan 52 responden (53%) dan perempuan dengan 46 responden (47%).

ii. Usia Responden

Berdasarkan hasil pembagian kuesioner, komposisi usia responden yang merupakan Nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia (Umur)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	18-27	40	41%
2	28-37	28	29%
3	38-47	21	21%
4	48-57	7	7%
5	58-67	2	2%
Jumlah		98	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2024

Berdasarkan tabel 4.2 diketahui bahwa sebagian besar nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin yang

menjadi responden dalam penelitian ini adalah berusia antara 18 - 27 tahun dengan jumlah 40 responden (41%), disusul responden dengan usia 28 – 37 tahun berjumlah 28 responden (29%), kemudian responden dengan usia 38 – 47 tahun berjumlah 21 responden (21%), kemudian responden dengan usia 48 – 57 tahun berjumlah 7 responden (7%), dan responden dengan usia 58 – 67 tahun berjumlah 2 responden (2%).

iii. Pendidikan Terakhir

Berdasarkan hasil pembagian kuesioner, berikut ini pendidikan terakhir nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin dirangkum dalam tabel berikut :

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

No	Pendidikan Terakhir	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Tidak Tamat SD	2	2%
2	Tamat SD	3	3%
3	Tamat SMP	7	7%
4	Tamat SMA Sederajat	43	44%

5	Akademik/Diploma	3	3%
6	Sarjana	38	39%
7	Lainnya	2	2%
Jumlah		98	100%

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2024.

Berdasarkan pada tabel 4.3 di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat pendidikan Tamat SMA Sederajat yaitu 43 responden (44%), disusul dengan sarjana dengan 38 responden (39%), kemudian responden tamat SMP dengan 7 responden (7%), kemudian responden tamat SD dan Akademik/Diploma dengan masing-masing 3 responden (3%), kemudian responden tidak tamat SD dan Lainnya dengan masing-masing 2 responden (2%).

3. Deskripsi Data

Dari hasil penyebaran kuesioner yang telah diberikan kepada 98 orang nasabah BSI KCP Pasar Cempaka diperoleh data yang akan digunakan untuk menjawab persoalan penelitian. Mempermudah pembacaan data penelitian digunakan ketentuan sebagai berikut: (Ferdinand, 2002)

10.00 – 28.00 = Sangat tidak setuju (Sangat Rendah/Sangat Buruk)

28.01 – 46.00 = Tidak setuju (Rendah/Buruk)

46.01 – 64.00 = Kurang setuju (Cukup Tinggi/Cukup Baik)

64.01 – 82.00 = Setuju (Tinggi/Baik)

82.01 – 100.00 = Sangat setuju (Sangat Tinggi/Sangat Baik)

a. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Promotion

Tabel 4.4

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Promotion

NO	Promotion (X1)	2	5	6	7	8	9	10	Jml	BxF
1	Promosi yang dilakukan BSI menarik dan sesuai dengan kebutuhan nasabah	0	2	8	11	28	23	26	98	826
2	Media promosi yang dilakukan BSI sesuai dan dapat dijangkau oleh seluruh nasabah	2	4	13	17	27	17	18	98	770
3	Waktu promosi yang dilakukan BSI sesuai dan dapat dijangkau oleh seluruh nasabah	2	3	21	14	17	15	26	98	774
4	BSI senantiasa melakukan promosi dalam jangka waktu tertentu	1	5	13	13	25	21	20	98	785
Total										3155
Rata-Rata Total										788,75

Sumber : Data Primer Yang Diolah 2024

Tabel di atas menjelaskan bahwa nilai rata-rata jawaban responden adalah sebesar 78,87 (64.01 – 82.00). Hal tersebut menunjukkan bahwa

menurut responden BSI KCP Pasar Cempaka telah dinilai setuju atau baik dalam memberikan atau melakukan promosi, seperti halnya BSI melakukan promosi yang menarik, mempromosikan dengan media, waktu, dan frekuensi promosi yang tepat.

b. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Physical Evidence

Tabel 4.5

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Physical Evidence

NO	Physical Evidence (X2)	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Jml	BxF
1	Bangunan fisik atau gedung yang digunakan sebagai tempat pelayanan menarik	1	0	6	6	7	13	18	22	25	98	781
2	Peralatan administrasi yang dipakai untuk melayani dalam kondisi baik, sehingga menunjang pelayanan	0	1	3	11	11	6	22	20	24	98	774
3	Fasilitas fisik yang dimiliki (meja, kursi, computer, TV, dll) dalam keadaan baik	0	1	6	4	7	12	14	31	23	98	794

4	Tata ruang/interior ruang yang menarik membuat saya tidak lekas jenuh saat menunggu antrean pelayan	0	0	3	15	6	13	19	23	19	98	763
5	Ruang tunggu yang bersih membuat saya nyaman saat menunggu antrean pelayan	1	0	2	2	10	16	18	26	23	98	800
Total											3912	
Rata-Rata Total											782,4	

Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2024

Tabel di atas menjelaskan bahwa nilai rata-rata jawaban responden adalah sebesar 78,24 (64.01 – 82.00), artinya baik. Hal tersebut menunjukkan bahwa menurut responden Bangunan fisik atau gedung yang digunakan sebagai tempat pelayanan menarik, peralatan administrasi yang dipakai untuk melayani dalam kondisi baik, sehingga menunjang pelayanan, fasilitas fisik yang dimiliki (meja, kursi, TV, computer dll) dinilai baik, tata ruang/Interior ruang yang menarik membuat nasabah tidak lekas jenuh saat menunggu antrian pelayanan, dan ruang tunggu yang bersih sehingga nasabah nyaman saat menunggu antrian pelayanan.

c. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Process

Tabel 4.6

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Process

NO	Proess (X3)	3	5	6	7	8	9	10	Jml	BxF
1	Proses pelayanan yang diberikan petugas cepat	1	1	15	16	19	24	22	98	798
2	Proses yang dijalankan oleh petugas sesuai dengan apa yang saya harapkan	1	0	9	9	23	26	30	98	838
3	Proses pelayanan diberikan tepat waktu sesuai dengan waktuyang dijanjikan	1	0	15	12	25	24	21	98	803
4	Proses pelayanan yang dilakukan oleh petugas teliti dan hati-hati, sehingga memberikan perasaan aman bagi saya untuk melakukan transaksi	1	1	8	12	14	25	37	98	847
Total										3286
Rata-Rata Total										821,5

Sumber : Data primer Yang Diolah, 2024

Tabel di atas menjelaskan bahwa nilai rata-rata jawaban responden adalah sebesar 82,15 (82.01 – 100.00), artinya sangat baik. Hal tersebut menunjukkan bahwa menurut responden proses pelayanan yang diberikan petugas cepat, sesuai dengan apa yang diharapkan nasabah,

tepat waktu sesuai dengan waktu yang dijanjikan, dan proses pelayanan yang dilakukan oleh petugas teliti dan hati-hati, sehingga memberikan perasaan aman bagi nasabah saat melakukan transaksi

d. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Loyalitas Nasabah

Tabel 4.7

Tanggapan Responden Terhadap Variabel Loyalitas Nasabah

No	Loyalitas Nasabah (Y)	3	4	5	6	7	8	9	10	Jml	BxF
1	Pelayanan yang baik selama ini memberikan dorongan untuk saya memanfaatkan kembali setiap produk jasa yang ditawarkan	2	2	5	15	14	16	19	25	98	776
2	Saya membicarakan hal-hal yang baik tentang keunggulan bank	1	1	15	14	11	13	21	22	98	756
3	Tanpa diminta saya akan melakukan pembelaan jika mendengar berita yang kurang berkenan tentang bank	1	3	14	11	6	18	25	20	98	762
4	Saya tidak terpengaruh dengan tawaran pihak bank lainnya	2	1	4	11	14	16	20	30	98	802

5	Saya bersedia memberikan kritik dan saran terhadap bank sebagai upaya memperbaiki kualitas pelayanan yang dilakukan	0	1	12	19	13	11	17	25	98	760
Total											3856
Rata-Rata Total											771,2

Sumber : Data primer yang diolah, 2024

Tabel di atas menjelaskan bahwa nilai rata-rata jawaban responden adalah sebesar 77,12 (64.01 – 82.00), artinya baik. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden memanfaatkan kembali setiap produk jasa yang ditawarkan, tidak terpengaruh dengan tawaran pihak bank lainnya, membicarakan hal-hal yang baik tentang keunggulan bank, bersedia memberikan kritik dan saran terhadap bank sebagai upaya memperbaiki kualitas pelayanan yang dilakukan, dan tanpa diminta nasabah akan melakukan pembelaan jika mendengar berita yang kurang berkenan tentang bank.

B. Analisis Data

1. Hasil Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Sebelum data yang terkumpul dianalisis perlu dilakukan uji validitas terlebih dahulu. Pengujian ini akan menentukan layakannya data untuk dianalisis lebih lanjut. Berdasarkan uji validitas instrumen penelitian yang dilakukan terhadap seluruh item yang digunakan, hasilnya menunjukkan bahwa seluruh item yang ditetapkan dalam penelitian ini adalah valid. Oleh karena itu kuissonernya layak untuk digunakan sebagai instrumen dalam penelitian ini. Untuk selanjutnya peneliti membuat rekapitulasi hasil uji validitas seperti dalam Tabel 4.8.

Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r-Hitung	r-Tabel	Sig	α	Ket
Promosi (X1)	X1.1	0,585	0,1966	0,000	0,05	Valid
	X1.2	0,682	0,1966	0,000	0,05	Valid
	X1.3	0,848	0,1966	0,000	0,05	Valid
	X1.4	0,762	0,1966	0,000	0,05	Valid
Bukti Fisik (X2)	X2.1	0,692	0,1966	0,000	0,05	Valid
	X2.2	0,711	0,1966	0,000	0,05	Valid
	X2.3	0,621	0,1966	0,000	0,05	Valid
	X2.4	0,656	0,1966	0,000	0,05	Valid
	X2.5	0,558	0,1966	0,000	0,05	Valid
Proses (X3)	X3.1	0,763	0,1966	0,000	0,05	Valid
	X3.2	0,758	0,1966	0,000	0,05	Valid
	X3.3	0,712	0,1966	0,000	0,05	Valid
	X3.4	0,752	0,1966	0,000	0,05	Valid

Loyalitas (Y)	Y.1	0,655	0,1966	0,000	0,05	Valid
	Y.2	0,705	0,1966	0,000	0,05	Valid
	Y.3	0,616	0,1966	0,000	0,05	Valid
	Y.4	0,598	0,1966	0,000	0,05	Valid
	Y.5	0,623	0,1966	0,000	0,05	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2024

Untuk menentukan valid tidaknya kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai r-hitung dengan r-table. Dengan menggunakan SPSS telah didapat nilai korelasi dengan kisaran angka 0,558 s/d 0,848 > r-tabel (0,1966) (df= 98 dan $\alpha=5\%$), maka dapat dinyatakan butir-butir pertanyaan adalah valid.

b. 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 4.9 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Standar	Keterangan
Promosi (X1)	0,698	0,60	Reliabel
Bukti Fisik (X2)	0,657	0,60	Reliabel
Proses (X3)	0,734	0,60	Reliabel
Loyalitas (Y)	0,639	0,60	Reliabel

Sumber : Data yang diolah, 2024

Berdasarkan pada tabel 4.9 dapat dilihat bahwa seluruh variabel memiliki nilai *Cronbach Alpha* di atas 0,60 dimana untuk variabel Promotion (X1) memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,698, variabel Physical Evidance (X2) memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,657, Variabel Process (X3) memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,734, dan variable Loyalitas Nasabah (Y) memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0,639. Dengan demikian dapat disimpulkan, bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel dan dapat digunakan untuk mengukur Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk

terhadap loyalitas nasabah Bank syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin.

2. 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 multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

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 4.10 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		98
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.51746290
Most Extreme Differences	Absolute	.061
	Positive	.034
	Negative	-.061
Test Statistic		.061
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Data Primer yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi (Asymp Sig 2-Tailed) sebesar 0,200. Ini artinya nilai sig lebih dari 0,05 maka dapat dapat simpulkan data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Multikolinieritas artinya ada hubungan linier yang sempurna diantara beberapa atau semua variabel independen. Untuk mengetahui apakah terjadi multikolinieritas dapat dilihat dari korelasi antar variabel independen seperti terlihat pada Tabel 4.11 berikut ini:

Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Total_X1	.969	1.032
	Total_X2	.941	1.063
	Total_X3	.955	1.047

a. Dependent Variable: Total_Y

Sumber : Data primer yang diolah, 2024

Jika mengacu pada pendapat Ghozali (2004) maka tidak terdapat multikolinieritas pada model dalam penelitian ini, yang ditunjukkan dengan nilai toleran masing-masing variable independen tidak ada yang kurang 0,10 dan tidak ada nilai VIF lebih dari 10.

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas ditandai dengan ada tidaknya pola tertentu dari sebaran data dan tingkat penyebaran data tersebut pada grafik. Hal ini dapat dilihat pada table di bawah ini

Tabel 4.12 Hasil Uji Heteroskedastisitas

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	8.425	3.652		2.307	.023
	Total_X1	.011	.073	.015	.147	.883
	Total_X2	-.009	.059	-.016	-.154	.878
	Total_X3	-.119	.079	-.157	-1.511	.134

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber : Data primer yang diolah, 2024

Tabel di atas menunjukkan Hasil uji heteroskedastisitas bahwa semua variable mempunyai nilai-nilai sig > 0,05, maka dapat disimpulkan tidak terdapat gejala heteroskedastisitas atau lolos uji heteroskedastisitas.

3. Analisis Regresi Linier Berganda

a) Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan hipotesis yang telah dikemukakan sebelumnya maka didapat hasil pengolahan data dengan paket program komputer statistik SPSS yang tampak pada Tabel 4.13

Pengaruh variabel bebas yaitu promosi (X1), bukti fisik (X2) dan proses (X3) terhadap Loyalitas Nasabah (Y) di Bank syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin dapat diketahui dengan

melakukan pengujian menggunakan analisis regresi berganda dengan bantuan SPSS. Adapun hasil uji regresi linier berganda mengenai pengaruh promosi (X1), bukti fisik (X2) dan proses (X3) terhadap Loyalitas Nasabah (Y) di Bank syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin adalah sebagai berikut :

Tabel 4.13 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	18.581	6.224		2.985	.004
	Total_X1	.120	.125	.095	.964	.337
	Total_X2	.117	.100	.116	1.163	.248
	Total_X3	.365	.134	.270	2.717	.008

a. Dependent Variable: Total_Y

Sumber : Data Primer yang diolah, 2024

Pada tabel di atas dapat dijelaskan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 18.581 + 0,120 X_1 + 0,117 X_2 + 0,365 X_3$$

- (1) Konstanta (a) = 18,581, Nilai Konstanta menunjukkan pengaruh positif, Koefisien regresi variabel promosi, bukti fisik, dan proses memiliki kesamaan bernilai positif, berarti ada hubungan searah antara promosi, bukti fisik, dan proses terhadap loyalitas Nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin. Artinya apabila variable promosi, bukti fisik, dan

proses meningkat, maka loyalitas Nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin juga akan mengalami peningkatan.

- (2) Koefisien regresi variabel Promotion (b_1) = 0,120 merupakan besarnya kontribusi promosi mempengaruhi loyalitas nasabah. Koefisiensi regresi sebesar 0,120 menunjukkan promosi memiliki arah korelasi positif terhadap loyalitas nasabah.
- (3) Koefisien regresi variabel physical evindance (b_2) = 0,117, merupakan besarnya kontribusi bukti fisik mempengaruhi loyalitas nasabah. Koefisiensi regresi sebesar 0,117 menunjukkan bukti fisik memiliki arah korelasi positif terhadap loyalitas nasabah.
- (4) Koefisien regresi variabel process (b_3) = 0,365, merupakan besarnya kontribusi proses mempengaruhi loyalitas nasabah. Koefisiensi regresi sebesar 0,365 menunjukkan proses memiliki arah korelasi positif terhadap loyalitas nasabah.

b) Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*)

Hasil analisis regresi juga diperoleh nilai koefisien regresi, berikut penjelasannya:

Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.341 ^a	.116	.088	5.605

a. Predictors: (Constant), Total_X3, Total_X1, Total_X2

Sumber : Data Primer yang diolah, 2024

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat berapa % dari variasi variabel terikat (Loyalitas Nasabah (Y)) dapat diterangkan oleh variasi dari variabel bebas (*Promotion* (X1), *Physichal evindance* (X2), dan *Process* (X3)). Koefisien determinasi dari hasil perhitungan yang dilihat *Adjusted R Square* dalam tampilan output SPSS sebesar 0,088, temuan tersebut menunjukkan, bahwa variasi variabel *Promotion* (X1), *Physichal evindance* (X2), dan *Process* (X3) dalam menjelaskan variasi variabel loyalitas nasabah (Y) sebesar 8,8%.

4. Uji Hipotesis

a) Uji T

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh variable promosi, bukti fisik, dan proses terhadap loyalitas Nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin yaitu dengan membandingkan nilai t-hitung dengan t-tabel (1.661) dengan

signifikansi ($\alpha = 0,05$), jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ maka H_0 ditolak dan sebaliknya jika $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ maka H_0 diterima. Hasil uji t dapat dilihat pada tabel berikut.

Jika nilai $t\text{ hitung} > t\text{ table}$ atau $\text{sig} < \alpha$ maka H_0 ditolak H_a diterima

Jika nilai $t\text{ hitung} < t\text{ table}$ atau $\text{sig} > \alpha$ maka H_a ditolak H_0 diterima

Tabel 4.15 Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	18.581	6.224		2.985	.004
	Total_X1	.120	.125	.095	.964	.337
	Total_X2	.117	.100	.116	1.163	.248
	Total_X3	.365	.134	.270	2.717	.008

a. Dependent Variable: Total_Y

Sumber: Hasil Output SPSS, 2024.

Pada tabel 4.15 menunjukkan nilai signifikansi t untuk masing-masing variabel independen yang dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- a. Variabel promosi (X1), nilai $t\text{-hitung}$ sebesar 0,964 dan nilai $t\text{-tabel}$ sebesar 1,661 dengan signifikansi sebesar 0,337. Karena $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ ($0,964 < 1,661$) atau $\text{sig} > 5\%$ ($0,337 > 0,05$), artinya dengan demikian, maka hipotesis penelitian yaitu H_1 adalah sebagai berikut:

Ho1 : promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. (Diterima)

Ha1 : Promosi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. (Ditolak)

Nilai t hitung variable promosi (X1) sebesar $0,964 < \text{nilai t table}$ yaitu $1,661$ dan nilai sig, yaitu $0,337 > 0,05$, maka Ha ditolak dan Ho diterima, artinya variable promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas Nasabah

- b. Variabel bukti fisik (X2), nilai t-hitung sebesar $1,163$ sedangkan t-tabel sebesar $1,661$ dengan signifikansi sebesar $0,247$. Karena t-hitung $>$ t-tabel ($1,163 < 1,661$) atau sig ($0,247 > 0,05$), artinya dengan demikian, maka hipotesis penelitian yaitu H2 adalah sebagai berikut:

Ho2 : Bukti fisik tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. (Diterima)

Ha2 : Bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. (Ditolak)

Nilai t hitung variable bukti fisik (X2) sebesar $1,163 < \text{nilai t table}$ yaitu $1,661$ dan nilai sig, yaitu $0,248 > 0,05$, maka Ha ditolak dan Ho diterima, artinya variable bukti fisik tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas Nasabah

c. Variabel proses (X3), nilai t-hitung sebesar 2,717 sedangkan t-tabel sebesar 1,661 dengan signifikansi sebesar 0,008. Karena t-hitung > t-tabel ($2,717 > 1,661$) atau $\text{sig } t < 5\%$ ($0,008 < 0,05$), artinya terdapat pengaruh variabel proses (X3) terhadap loyalitas nasabah (Y) di Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin. Dengan demikian, maka hipotesis penelitian yaitu H3 adalah sebagai berikut:

Ho3 :Proses tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. (Ditolak)

Ha3 : Proses berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. (Diterima)

Nilai t hitung variable proses (X3) sebesar $2,717 >$ nilai t table yaitu 1,661 dan nilai sig, yaitu $0,008 < 0,05$, maka Ho ditolak dan dan Ha diterima, artinya variable proses berpengaruh signifikan terhadap loyalitas Nasabah.

b) Uji F

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua variabel bebas yaitu kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat yaitu loyalitas nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka

Banjarmasin. Pengujian ini dilakukan dengan uji F, dengan tingkat signifikansi sebesar 5% ($\alpha = 0,05$). Hasil uji F dapat dilihat pada Tabel 4.16

Tabel 4.16 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	389.292	3	129.764	4.131	.008 ^b
	Residual	2952.912	94	31.414		
	Total	3342.204	97			

a. Dependent Variable: Total_Y

b. Predictors: (Constant), Total_X3, Total_X1, Total_X2

Sumber: Hasil Output SPSS, 2024.

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai signifikansi F (0,008) < Signifikansi α (0,05), yaitu (0,008 < 0,05) atau dengan membandingkan F-hitung dengan F-tabel. Dimana dari hasil perhitungan diperoleh nilai F-hitung > F-tabel (4,131 > 2,701). Berdasarkan perhitungan tersebut maka keputusannya adalah secara statistik dapat dibuktikan bahwa semua variabel independen yang terdiri dari promosi, bukti fisik dan proses secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin. Dari hasil pengujian tersebut disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara variabel promosi, bukti fisik dan proses terhadap loyalitas nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka

Banjarmasin. Dengan demikian maka hipotesis penelitian H4 adalah sebagai berikut:

Ho4 : promosi, bukti fisik dan proses tidak berpengaruh signifikan secara simultan terhadap loyalitas nasabah. (Ditolak)

Ha4 : promosi, bukti fisik dan proses berpengaruh signifikan secara simultan terhadap loyalitas nasabah. (Diterima)

5. Hasil Penelitian

- a. Pengaruh Promosi, Bukti Fisik dan Proses secara parsial terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin

Loyalitas nasabah menggambarkan komitmen yang diberikan nasabah untuk menggunakan kembali atas jasa yang diberikan dimasa yang akan datang. Loyalitas nasabah merupakan variabel dependent (Y) dalam penelitian ini (Aryani & Rosinta, 2010). Loyalitas nasabah yang dimaksud dalam penelitian ini adalah loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin yang diukur melalui kesetiaan terhadap pembelian produk, Menunjukkan kekebalan terhadap daya tarik pesaing, Membicarakan hal-hal positif kepada orang lain, Menyampaikan keluhan yang dirasakan (kritik dan saran), ketahanan terhadap

pengaruh yang negatif mengenai bank dan mereferensikan secara total eksistensi Bank.

Menurut Laksana (2019, hlm.129) “Promosi adalah suatu komunikasi dari penjual dan pembeli yang berasal dari informasi yang tepat dan bertujuan untuk merubah sikap dan tingkah laku pembeli, yang tadinya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan tetap mengingat produk tersebut”. Promosi (X1) yang dimaksud dalam penelitian ini adalah Promosi yang dilakukan oleh Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin yang diukur melalui pesan promosi, media promosi, frekuensi dan waktu promosi yang tepat dan sesuai dengan apa yang diperlukan oleh nasabah.

Pengaruh secara parsial maksudnya adalah pengaruh dari setiap variable secara sendiri-sendiri terhadap loyalitas nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin yang dianalisis menggunakan uji t. Hasil uji t menunjukkan bahwa masing-masing variabel yang terdiri dari promosi, bukti fisik dan proses memberikan pengaruh yang berbeda-beda terhadap loyalitas nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin.

Dalam penelitian ini variabel promosi memberikan pengaruh positif sebesar 0,120 terhadap loyalitas nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin. Hal ini sejalan dengan

hasil penelitian Evi Husniati Sya'idah (2018), Pengaruh Marketing Mix Terhadap Loyalitas Pelanggan (Bubur Ayam Mezem di Kediri), *Jurnal Ekonomi Universitas Kediri*. Yang mana hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, hal yang membedakan penelitian ini dengan penelitian penulis dimana penelitian penulis menunjukkan pengaruh positif (searah) akan tetapi tidak signifikan, sedangkan hasil dari penulis ini menunjukkan pengaruh negatif. Upaya yang dapat dilakukan oleh perusahaan dalam meningkatkan loyalitas adalah dengan melakukan promosi sesuai dengan apa yang sedang dibutuhkan oleh nasabah, media yang digunakan tepat, frekuensi dan waktu promosi dilakukan secara konsisten.

Lupiyoadi (2001, hlm.148), bukti fisik (*physical evidence*), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensi kepada pihak eksternal, meliputi: fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan karyawannya. Bukti fisik (X2) dalam penelitian ini adalah bukti fisik pada Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin yang diukur dengan bangunan fisik yang menarik, Peralatan administrasi yang menunjang, Tata

ruang/Interior ruang yang menarik dan Fasilitas fisik yang dimiliki (meja, kursi, TV, computer dll).

Dalam penelitian ini variable Bukti fisik memberikan pengaruh positif sebesar 0,117 terhadap loyalitas nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin. Dari hasil ini menunjukkan bahwa bukti fisik tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, oleh karena itu pihak bank dituntut agar lebih bisa meningkatkan nilai loyalitas nasabah melalui variabel bukti fisik, Upaya yang dapat dilakukan oleh perusahaan adalah dengan menyediakan tempat yang lebih nyaman, bangunan atau tata ruang yang lebih menarik, memberikan fasilitas yang lengkap dan peralatan administrasi yang menunjang.

. Hasil penelitian penulis menunjukkan secara parsial variabel bukti fisik tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah hal ini sejalan dengan penelitian Vania Fitri Elvina (2018), *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap loyalitas Nasabah (Studi Pada Bank BNI Syariah Cabang Bengkulu)* Skripsi, IAIN Bengkulu. Yang mana hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel bukti fisik tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Lovelock dan Wright (2007, hlm.19) proses adalah metode pengoperasian atau serangkaian tindakan tertentu, yang umumnya berupa langkah-langkah yang diperlukan dalam suatu urutan yang

telah ditetapkan. Sehingga proses mencerminkan bagaimana semua elemen bauran pemasaran dikoordinasikan untuk menjamin kualitas dan konsistensi jasa yang diberikan kepada konsumen. Proses (X3) dalam penelitian ini adalah proses Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin yang diukur melalui Pelayanan yang cepat, Proses yang sesuai dengan harapan, Kesesuaian waktu pelayanan dan Perasaan aman.

Dalam penelitian ini variabel proses memberikan pengaruh positif sebesar 0,365 terhadap loyalitas nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial variabel proses memiliki pengaruh positif dan signifikan yang mana sejalan dengan hasil penelitian Vania Fitri Elvina (2018), *Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap loyalitas Nasabah (Studi Pada Bank BNI Syariah Cabang Bengkulu)* Skripsi, IAIN Bengkulu. Yang mana hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel proses berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

proses yang baik selain berdampak pada kepuasan dan menjadi nilai tambahan bagi nasabah. Nilai bagi nasabah merupakan persepsi nasabah terhadap nilai atas kualitas yang ditawarkan relatif lebih tinggi dari pesaing akan mempengaruhi tingkat loyalitas nasabah, semakin tinggi persepsi nilai yang dirasakan oleh nasabah,

maka semakin besar kemungkinan terjadinya sifat loyal akan suatu perusahaan.

- b. Pengaruh Promosi, Bukti Fisik dan Proses secara Simultan terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin

Pengaruh secara simultan maksudnya adalah pengaruh secara bersama-sama dari variabel bebas yang terdiri dari promosi, bukti fisik dan proses terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin yang dianalisis menggunakan Uji F.

Hasil uji F menunjukkan bahwa nilai F hitung (4,131) lebih besar dibandingkan dengan nilai F table (2,701) dan nilai Sig. yaitu $0,008 < 0,05$, yang berarti bahwa secara simultan atau bersama-sama promosi, bukti fisik dan proses memberikan pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin.

Nilai Adjusted R Square pada penelitian ini adalah sebesar 0,088 yang bermakna bahwa 8,8% loyalitas nasabah pada di Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin di tentukan oleh variabel promosi, bukti fisik dan proses, Hal ini berarti bahwa untuk meningkatkan loyalitas nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP

Pasar Cempaka Banjarmasin aspek yang perlu diperhatikan adalah lebih meningkatkan lagi kualitas proses terlebih lagi variabel promosi dan bukti fisik dimiliki oleh Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin, karena semakin bagus kualitas promosi, bukti fisik dan proses yang diberikan oleh pihak bank, maka akan semakin bagus pula loyalitas nasabah di Bank Syariah Indonesia KCP Pasar Cempaka Banjarmasin.