

## PENGARUH PRODUK, KUALITAS LAYANAN DAN KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK MANDIRI SYARIAH

Nadya Ayuza Prameswari  
*nadiayuzap@gmail.com*  
Suhernin

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

### ABSTRACT

*The purpose of this research is to find out the influence of product, service quality, and satisfaction to the loyalty at Bank Mandiri Syariah Jemursari branch. The samples have been selected by using Accidental Sampling method in which the sampling technique is based on the customer who accidentally met the researcher and conducted transaction at Bank Mandiri Syariah Jemursari branch. The data analysis method has been carried out by using quantitative method and the statistics analysis has been done by using multiple linear regression analysis, the model feasibility test has been done by using goodness of fit, multiple correlation coefficient analysis, and multiple determination coefficient and hypothesis test has been conducted by using t test. The result of this research indicates that product gives positive and significant influence to the loyalty at Bank Mandiri Syariah Jemursari branch, service quality gives positive and significant influence to the loyalty at Bank Mandiri Syariah Jemursari branch, and satisfaction gives positive and significant influence to the loyalty at Bank Mandiri Syariah jemursari branch.*

**Keywords:** *product, service quality, satisfaction, loyalty*

### ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh produk, kualitas layanan, dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Mandiri Syariah cabang jemursari. Sampel ini diambil menggunakan metode Accidental Sampling yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan nasabah yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan pernah melakukan transaksi pada Bank Mandiri Syariah cabang jemursari. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dan analisis statistik menggunakan analisis regresi linier berganda, uji kelayakan model menggunakan *goodness of fit*, analisis koefisien korelasi berganda, dan koefisien determinasi berganda dan uji hipotesis menggunakan uji t. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pada Bank Mandiri Syariah cabang jemursari, kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pada Bank Mandiri Syariah cabang jemursari, kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pada Bank Mandiri Syariah cabang jemursari.

Kata kunci: produk, kualitas layanan, kepuasan, loyalitas

### PENDAHULUAN

Pada saat ini didunia perbankan mengalami perkembangan yang sangat pesat mengingat kebutuhan masyarakat akan bank menunjukkan sesuatu yang positif lalu dengan demikian perbankan berinovasi mengembangkan sebuah

layanan yang terbaik untuk nasabahnya dimana pada era saat ini bukan lagi menjalankan yang bank yang hanya beroperasi konvensional saja melainkan pada saat ini sebuah lembaga perbankan menciptakan perbankan syariah.

Awal mula terbentuknya perbankan syariah pada abad ke-20 tidak terlepas dari hadirnya dua pergerakan renaissans islam modern dan modernis. Tujuan utama dari pendirian lembaga keuangan berlandaskan etika ini adalah sebagai upaya yang dibuat oleh kaum muslimin untuk mendasari segenap aspek aspek kehidupan ekonominya yang berlandaskan Al-Qur'an dan haddist.

Dengan adanya perbankan syariah yang menganut ajaran islam mempermudah para nasabah bank untuk melakukan transaksi dan tidak mendapatkan riba disetiap transaksi yang dilakukan oleh nasabah. Salah satu bank syariah yang ada saat ini adalah bank mandiri syariah. Bank mandiri syariah sendiri munculnya setelah adanya bank syariah muamalat Indonesia.

Berdirinya bank syariah mandiri sejak tahun 1999 lebih tepatnya tanggal 25 Oktober 1999 mulai berdirinya namun bank syariah mandiri sendiri mulai beroperasi sejak tanggal 1 November 1999. Setelah adanya krisis ekonomi dan moneter yang melanda Indonesia pada tahun 1997-1998. Setelah adanya krisis ekonomi dan moneter disusul dengan krisis politik nasional yang telah membawa dampak besar dalam perekonomian Indonesia sendiri.

Berdasarkan latar masalah yang telah diuraikan diatas, maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut (1) Apakah kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Mandiri Syariah? (2) Apakah kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Mandiri Syariah? (3) Apakah kepuasan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Mandiri Syariah?. Dengan memperhatikan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan yang akan dicapai dari penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui dan menguji pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas nasabah Bank Mandiri Syariah. (2) Untuk mengetahui dan menguji pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah Bank Mandiri Syariah. (3) Untuk mengetahui dan menguji pengaruh kepuasan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Mandiri Syariah.

## TINJAUAN TEORETIS

### Produk

Menurut Kotler dan Keller (2012) produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan kepasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa pengalaman, peristiwa, orang, tempat, properti, organisasi, informasi dan ide-ide.

### Kualitas Layanan

Menurut Goetsch dan Davis, 1994 (dalam Tjiptono, 2012:51) bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sebaliknya, definisi kualitas yang bervariasi dari yang kontroversional hingga kepada yang lebih *strategic*.

### Kepuasan

Menurut Kotler dan Amstrong (2014:150) perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Kepuasan hal yang sangat perlu diperhatikan perusahaan agar perusahaan dapat mengukur apa saja yang harus mereka perbaiki dan benahi kembali.

### Loyalitas

Menurut Oliver, 2010 (dalam Kotler dan Keller, 2012:138) loyalitas adalah komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai di masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih.

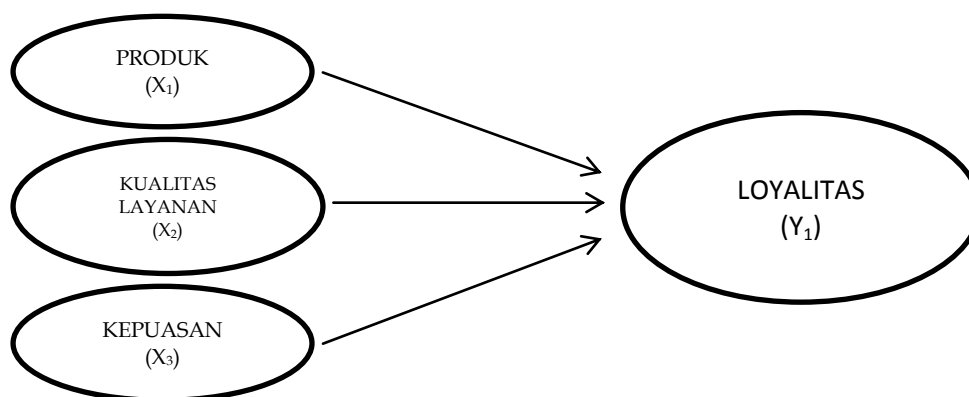
### Penelitian Terdahulu

Evi (2012) Penelitian ini mencoba menemukan perbedaan tingkat pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, dan citra bank sesuai dengan loyalitas pelanggan pada PT Bank Muamalat di Surabaya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, Kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dan Citra bank juga memiliki positive dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Riswandhi (2014) Penelitian ini adalah menganalisis seberapa jauh pengaruh kualitas layanan, kualitas produk dan kepuasan sebagai nasabah prediktor terhadap loyalitas nasabah pada PT. BPRS Syarikat Madani. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas layanan dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sementara kualitas layanan dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah dan kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

### Rerangka Konseptual

Berdasarkan pada tinjauan pustaka yang ada, maka dapat diperoleh suatu kerangka pemikiran yang dapat dilihat pada gambar sebagai berikut:



Gambar 1  
Rerangka Konseptual

**Hipotesis**

H<sub>1</sub> : Terdapat pengaruh produk terhadap loyalitas nasabah Bank Mandiri Syariah

H<sub>2</sub> : Terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah Bank Mandiri Syariah

H<sub>3</sub> : Terdapat pengaruh kepuasan terhadap loyalitas nasabah Bank Mandiri Syariah

**Metode Penelitian****Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi (Objek) Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini menggunakan deskriptif, yaitu penelitian yang sifatnya dapat dihitung jumlahnya dengan metode statistik.

Populasi yang akan diambil dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah melakukan transaksi pada Bank Mandiri Syariah cabang jemursari.

**Teknik Pengambilan Sampel****Penentuan Jumlah Sampel**

Populasi dalam penelitian ini sangat besar dan tidak terbatas (*infinite*). Selain itu jumlah populasi tidak diketahui. Maka jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Sugiyono (2014) sebagai berikut:

$$s = \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2 (N - 1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q}$$

Keterangan:

s = jumlah sampel

$\lambda^2$  = Chi kuadrat yang harganya tergantung derajat kebebasan dan tingkat kesalahan. Untuk derajat kebebasan 1 dan kesalahan 5% harga Chi Kuadrat = 3,841. Lihat tabel Chi Kuadrat .

N = Jumlah populasi

P = Peluang benar (0,5)

Q = Peluang salah (0,5)

d = Perbedaan antara rata-rata sampel dengan rata-rata populasi. Perbedaan bisa 0,01 ; 0,05, dan 0,10

Jadi besar sampel dapat dihitung sebagai berikut:

$$s = \frac{3,841 \times 130 \times 0,5 \times 0,5}{0,05^2 (130-1) + 3,842 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$s = \frac{124,8325}{1,283}$$

$$s = 97$$

Maka jumlah sampel dapat dibulatkan menjadi 100 responden yang akan digunakan pada penelitian ini.

**Teknik Sampling**

Metode pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah metode pemilihan *Accidental* sampling adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui

itu cocok dengan sumber data (Sugiyono, 2013:96). Teknik sampling pada penelitian ini adalah seluruh konsumen yang kebetulan bertemu dengan peneliti dan pernah melakukan transaksi pada bank mandiri syariah.

### Jenis Data

Sumber data pada penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang langsung diperoleh dari nasabah Bank Mandiri Syariah dari kuesioner yang telah dibagikan.

Skala pengukuran dalam penelitian ini yaitu skala likers. Kriteria dalam pemberian skor untuk alternatif jawaban untuk setiap item sebagai berikut:

1. STS (Sangat Tidak Setuju) bernilai 1 (Satu)
2. TS (Tidak Setuju) bernilai 2 (Dua)
3. CS (Cukup Setuju) bernilai 3 (Tiga)
4. S (Setuju) bernilai 4 (Empat)
5. SS (Sangat Setuju) bernilai 5 (Lima)

### Definisi Operasional Variabel

Operasional adalah penentuan konstruk atau sifat yang akan dipelajari sehingga menjadi variabel yang dapat diukur (Sugiyono, 2013:31).

#### a. Produk

Produk dalam penelitian ini segala sesuatu yang ditawarkan Bank Mandiri Syariah kepada nasabah untuk memenuhi kebutuhan nasabah yang bisa memuaskan serta keinginan nasabah. Menurut Ririn dan Mastuti (2011) produk memiliki 4 (empat) indikator yaitu:

1. *The core or generic product*. Produk inti atau generik terdiri atas jasa dasar, mesin atm pada bank mandiri syariah.
2. *The expected product*. Produk yang diharapkan terdiri atas produk inti bersama pertimbangan keputusan pembelian minimal yang harus dipenuhi, seperti ruang tunggu yang nyaman.
3. *The augmented product*. Area yang memungkinkan suatu produk didiferensiasi terhadap produk yang lain, seperti bank mandiri syariah menawarkan "pemberian salam oleh petugas disetiap nasabah masuk pertama kali".
4. *The potential product*. Produk potensial merupakan tampilan dan manfaattambahan yang berguna bagi pelanggan atau mungkin menambahkepuasan pelanggan. Bagian ini dapat memberikan kelebihan guna meningkatkan switching cost, sehingga pelanggan berfikir ulang untuk beralih ke produk jasa lain.

#### b. Kualitas Layanan

Kualitas layanan merupakan suatu proses atau aktivitas yang dilakukan oleh Bank mandiri Syariah yang dapat dirasakan secara langsung oleh nasabah. Kualitas layanan bukan hanya mendengarkan dan menjawab keluhan nasabah, tetapi lebih dari itu layanan yang berkualitas merupakan sarana untuk mengidentifikasi. Menurut Ayu (2013) kualitas layanan merupakan susunan dari 4 (empat) indikator:

1. Kemampuan Teknis  
Meliputi penilaian karyawan terhadap suatu kemampuan untuk bekerja dengan akurat, hati-hati dan konsisten.
  2. Kemampuan Interpersonal  
Mampu bekerja sama dalam tim, adanya hubungan baik antara karyawan dengan nasabah serta adanya sikap antusias.
  3. Kemampuan Karyawan  
Suatu kemampuan karyawan untuk dapat memberikan layanan pemberian informasi dengan jelas dan dapat dimengerti oleh nasabah.
  4. Keyakinan  
Kemampuan karyawan dalam pengetahuan yang luas untuk membantu menyelesaikan masalah yang dimiliki nasabah dengan sistem ataupun yang lainnya.
- c. Kepuasan  
Perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan oleh nasabah Bank Mandiri Syariah. Menurut Aydin dan Ozer, 2004 (dalam Falla, 2013) menyatakan indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan terdapat 3 (tiga) komponen yakni:
1. Keseluruhan Kepuasan (*overall satisfaction*)
  2. Harapan (*expectation*)
  3. Pengalaman (*experience*)
- d. Loyalitas  
Loyalitas dalam penelitian ini adalah kesetiaan nasabah atas produk jasa dan pelayanan yang telah diberikan oleh Bank Mandiri Syariah. Loyalitas menurut Japari, dkk (dalam Peter dan Sugiono, 2017) merupakan susunan dari 3 (tiga) indikator yaitu:
1. *Say positive thing*, berupa menyampaikan kepada orang lain dalam bentuk kata-kata secara positif tentang suatu penyedia jasa, yang biasanya berupa ulasan cerita atau pengalaman
  2. *Recommend to friends*, merupakan proses yang berujung pada mengajak pihak lain untuk ikut menikmati penyedia jasa akibat dari pengalaman positif yang dirasakan.
  3. *Continue purchasing*, merupakan sikap untuk memakai jasa yang terus menerus dilakukan oleh konsumen tersebut pada penyedia jasa tertentu sehingga menimbulkan perulangan yang dapat dilandasi dari kesetiaan

### **Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik kuantitatif yang diarahkan untuk menjawab hipotesis yang telah dirumuskan, setelah data berhasil dikumpulkan maka langkah selanjutnya data tersebut akan dianalisis dengan metode statistik (Sugiyono, 2013:333).

### **Uji Instrument**

#### **Uji Validasi**

Butir-butir pernyataan yang mempunyai faktor yang valid yaitu  $\geq 0,5$  menunjukkan bahwa indikator-indikator yang ada merupakan satu kesatuan alat

ukur yang mengukur suatu konstruk yang sama dan dapat memprediksi apa yang seharusnya dapat diprediksi (Mustafa dan Wijaya, 2012).

### Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Butir kuesioner dikatakan reliabel (layak) jika cronbach's alpha  $\geq 0,6$  dan dikatakan tidak reliabel jika cronbach's alpha  $\leq 0,6$  (Gozali, 2012: 47).

### Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Sugiyono (2013), Regresi Linier Berganda digunakan oleh peneliti bila penelitian bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (naik turunnya nilai). Dalam upaya menjawab permasalahan dalam penelitian ini maka digunakan analisis regresi linier berganda (*Multiple Regression*).

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh antara variabel bebas (produk, kualitas layanan, kepuasan) terhadap variabel terikat yaitu loyalitas. Rumusan matematis dari regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$LY = a + b_1 Pr + b_2 KL + b_3 K + e$$

Dimana :

LY = Loyalitas (variabel terikat)

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

Pr = Produk (variabel bebas)

KL = Kualitas Layanan (variabel bebas)

K = Kepuasan (variabel bebas)

e = standar eror atau variabel pengganggu

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk mengetahui apakah data yang diuji berdistribusi normal atau tidak, sehingga dapat dipakai dalam statistik parametrik (statistik inferensial). Cara yang biasa dipakai untuk menghitung uji normalitas adalah *Chi Square*. Tapi karena tes ini memiliki kelemahan, maka yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kolmogorov-Smirnov. Deteksi penelitian ini dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Dasar pengambilan data loyalitas:

- Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

### Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2012:105) uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah suatu model regresi terdapat korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Pengujian multikolinearitas dilihat dari besaran VIF (*Variance Inflation Factor*) dan tolerance. Tolerance mengukur variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena  $VIF = 1/tolerance$ ). Nilai cutoff yang dapat umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai tolerance  $\geq 0,10$  atau sama dengan nilai  $VIF \leq 10$ .

### Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menurut Gozali (2012:139) bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidak samaan varian dalam residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan kepengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.

- Jika ada pola tertentu, seperti titik yang ada berbentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit) maka telah terjadi heteroskedastisitas.
- Jika ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah 0 pada Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

### Uji Kelayakan Model

#### *Goodness Of Fit*

Uji kelayakan model dilakukan menguji apakah substruktur model yang digunakan untuk signifikan atau tidak. Sehingga dapat dipastikan apakah model tersebut dapat digunakan untuk memprediksi pengaruh variabel independen bersama-sama variabel dependen (Priyatno, 2012:120). Kriteria pengujian dengan uji F adalah dengan membandingkan tingkat signifikansi dari nilai F ( $\alpha = 0,05$ ) dengan ketentuan :

- Jika tingkat signifikansi uji F  $\leq 0,05$ , hal ini menunjukkan bahwa model regresi layak digunakan untuk analisis selanjutnya.
- Jika tingkat signifikansi uji F  $> 0,05$ , hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak layak digunakan untuk analisis data selanjutnya.

### Analisis Koefisien Korelasi Berganda (R)

Analisis koefisien korelasi berganda (R) adalah koefisien yang digunakan untuk mengetahui tingkat hubungan dari variabel bebas yaitu produk, kualitas layanan dan kepuasan terhadap variabel terikat loyalitas. Adapun korelasi (R) rentang nilainya adalah 0 dan 1, dengan kriteria sebagai berikut (Sugiyono, 2013:242) :

- Jika  $R = 1$  atau mendekati 1, berarti hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat adalah sangat kuat atau positif atau searah.
- Jika  $R = 0$  atau mendekati 0, berarti hubungan antara variabel bebas dan terikat adalah sangat lemah atau bahkan tidak memiliki hubungan sama sekali.



### Koefisien Determinasi Berganda ( $R^2$ )

Menurut Ghozali (2012:97) koefisien determinasi ( $R^2$ ) merupakan alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas.

- a. Jika  $R^2 = 1$  atau mendekati 1, berarti hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat adalah memiliki hubungan yang sangat kuat dan variabel bebas lain yang mempengaruhi variabel terikat semakin kecil.
- b. Jika  $R^2 = 0$  atau mendekati 0, berarti hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat adalah memiliki hubungan yang sangat lemah dan variabel lain yang mempengaruhi variabel terikat semakin besar.

### Uji Hipotesis

#### Uji t

Pengujian dilakukan untuk melihat pengaruh langsung dari masing-masing variabel independen secara individu terhadap variabel dependen (Sugiyono, 2014:46). Hipotesis statistik yang diajukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a.  $H_0$  ditolak jika :  $t_{hitung} \leq 0,05$  maka  $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima, itu berarti ada pengaruh secara parsial oleh variabel bebas terhadap variabel terikat
- b.  $H_0$  diterima jika :  $t_{hitung} \geq 0,05$  maka  $H_0$  diterima  $H_1$  ditolak, itu berarti tidak ada pengaruh secara parsial oleh variabel bebas terhadap variabel terikat.

### Analisis dan Pembahasan

#### Uji Validitas

Uji validitas dilakukan atas item-item pertanyaan pada kuesioner yaitu dengan menghitung koefisien korelasi dari tiap-tiap pertanyaan dengan skor total yang diperoleh kemudian dibandingkan dengan  $r_{tabel}$  dengan  $r_{hitung}$ . Hasil uji validitas data dapat dilihat pada Tabel 1 berikut:

Tabel 1  
Hasil Uji Validasi

	Indikator	Corrected Item- total Correlation ( $R_{hitung}$ )	Keterangan
Pr1	<i>The core or generic product</i>	0.721	Valid
Pr2	<i>The expected product</i>	0.638	Valid
Pr3	<i>The augmented product</i>	0.687	Valid
Pr4	<i>The potential product</i>	0.723	Valid
K11	Kemampuan teknis	0.699	Valid
K12	Kemampuan interpersonal	0.731	Valid
K13	Kemampuan karyawan	0.710	Valid
K14	Kehandalan	0.734	Valid
K1	Keseluruhan kepuasan	0.797	Valid
K2	Kesesuaian harapan	0.736	Valid
K3	Pengalaman	0.752	Valid
Ly1	<i>Say positive thing</i>	0.838	Valid
Ly2	<i>Recommend to friends</i>	0.731	Valid
Ly3	<i>Countinue purchasing</i>	0.869	Valid

Sumber: Data Primer, diolah tahun 2017

Berdasarkan pada Tabel 1, dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan mengenai variabel produk, kualitas layanan, dan kepuasan mempunyai  $r_{hitung}$  pada  $r_{tabel}$  yang sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan, maka hal ini berarti bahwa seluruh item pertanyaan tersebut dapat dan layak digunakan dalam penelitian ini.

### Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dari hasil uji realibilitas tersebut terlihat nilai *cronbach alpha* yang dapat dilihat pada Tabel 2, sebagai berikut:

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

	<i>Cronbach's alpha if item</i>	N of items
Produk	0.797	4
Kualitas layanan	0.827	
Kepuasan	0.773	
Loyalitas	0.767	

Sumber: Data Primer, diolah tahun 2017

Berdasarkan Tabel 2, dapat disimpulkan bahwa variabel penelitian ini memiliki nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,6. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data kuesioner yang peneliti gunakan dalam penelitian ini sudah sangat *representative* dalam arti kata pengukuran datanya sudah dapat dipercaya (*reliable*). Setelah dilakukan pengujian instrument yang dimana hasilnya menyatakan bahwa data pada penelitian ini adalah valid dan *reliable*.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam upaya menjawab permasalahan dalam penelitian ini maka digunakan analisis regresi linier berganda (*Multiple Regression*). Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis pengaruh antara variabel bebas (produk, kualitas layanan, kepuasan) terhadap variabel terikat yaitu loyalitas.

**Tabel 3**  
**Coefficients**  
**Regresi Berganda**

Model	<i>Coefficients</i>	
	B	Std. Error
1 (Constant)	1.079	1.061
Produk	0.158	0.079
Layanan	0.154	0.069
Kepuasan	0.468	0.087

Sumber: Data Primer, diolah tahun 2017

Rumusan matematis dari regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$LY = 1.079 + 0.158 Pr + 0.154 KL + 0.468 K$$

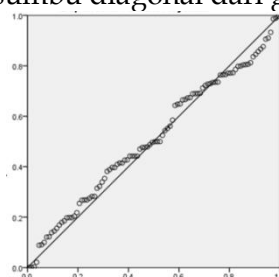
Dari persamaan refresi diatas dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Konstanta ( $\alpha$ ) = 1.079 hasil ini menunjukkan bahwa jika sebelum pengaruh dari variabel bebas terdiri dari produk, layanan, dan kepuasan = 0, maka loyalitas pada Bank Mandiri Syariah cabang jemursari menunjukkan peningkatan sebesar 1.079.
- b. Koefisien regresi Produk ( $b_1$ ) = 0.158 menunjukkan arah hubungan positif (searah) antara variabel produk dengan loyalitas pada Bank Mandiri Syariah cabang jemursari. Hal ini berarti menunjukkan jika produk menunjukkan semakin baik, maka akandapat meningkatkan loyalitaspada nasabah Bank Mandiri Syariah cabang jemursari tersebut.
- c. Koefisien regresi kualitas layanan ( $b_2$ ) = 0.154 menunjukkan arah hubungan positif (searah) antara variabel kualitas layanan dengan loyalitas pada Bank Mandiri Syariah cabang jemursari. Hal ini berarti menunjukkan jika kualitas layanan yang diberikan semakin baik, maka akandapat meningkatkan loyalitaspada nasabah Bank Mandiri Syariah cabang jemursari tersebut.
- d. Koefisien regresi kepuasan ( $b_3$ ) = 0.468 menunjukkan arah hubungan positif (searah) antara variabel kepuasan dengan loyalitas pada Bank Mandiri Syariah cabang jemursari. Hal ini berarti menunjukkan jika nasabah yang merasa puas dengan keseluruhan aspek yang ada, maka akan dapat meningkatkan loyalitas pada nasabah Bank Mandiri Syariah cabang jemursari.

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Karena tes ini memiliki kelemahan, maka yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kolmogorov-Smirnov. Deteksi penelitian ini dengan melihat penyegaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik.



Data Primer : diolah tahun 2017

Gambar 2

#### Uji Normalitas

Berdasarkan pada Gambar 2 dapat disimpulkan bahwa distribusi bdata telah mengikuti garis diagonal antara 0 (nol) dengan pertemuan sumbu X (*observed Cum Prob*) dan Y (*Expected Cum Prob*). Hal ini menunjukkan bahwa dalam penelitian ini telah didistribusi normal.

#### Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam persamaan regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Pengujian multikolinearitas dilihat dari besaran VIF (*Variance Inflation Factor*) dan

tolerance. Tolerance mengukur variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya.

**Tabel 4**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

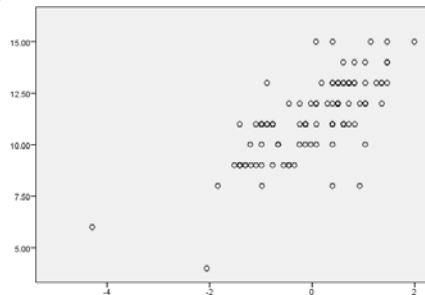
Model	Colinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Produk	0.593	1.685
Layanan	0.680	1.470
kepuasan	0.580	1.723

Sumber: Data Primer, diolah tahun 2017

Dari ketiga variabel bebas yang ada pada data diatas diketahui memiliki nilai *tolerance* > 0,10 dan VIF < 10 maka penelitian ini bebas dari multikolinieritas, dan artinya tidak terjadi multikolinieritas.

**Uji Heteroskedastisitas**

Bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidak samaan varian dalam residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan kepengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut herteroskedastisitas.



Sumber: Data Primer, diolah tahun 2017

**Gambar 3**  
**Uji Heteroskedastisitas**

Dari Gambar 3 diatas diketahui bahwa titik-titik data yang tersebar di daerah antara 0 - loyalitas dan tidak membentuk pola tertentu, maka model regresi yang terbentuk dan diidentifikasi tidak terjadi heteroskedastisitas, maka persamaan regresi linier berganda yang diperoleh dapat dipergunakan untuk penelitian ini

**Uji Kelayakan Model**

**Goodness Of Fit**

Uji kelayakan model dilakukan menguji apakah substruktur model yang digunakan untuk signifikan atau tidak. Sehingga dapat dipastikan apakah model tersebut dapat digunakan untuk memprediksi pengaruh variabel independen bersama-sama variabel dependen.

Tabel 5  
ANOVA

Model		<i>Sum of Squares</i>	Df	<i>Mean Square</i>	F	Sig.
1	Regression	213.102	3	71.034	37.757	0.000 <sup>b</sup>
	Residual	180.608	96	1.881		
	Total	393.710	99			

a. Dependent Variabel: loyalitas

b. Predictors: (Constant), Kepuasan, Layanan, Produk

Sumber: Data Primer, diolah tahun 2017

Hasil dari penelitian dan data diolah menggunakan SPSS 21.0 pada tabel 5 ANOVA diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar 37.757 dengan tingkat signifikan berada  $0,000 < 0,05$  maka pengaruh produk, kualitas layanan, dan kepuasan secara bersamaan terhadap loyalitas sehingga layak digunakan dan dapat dijadikan untuk penelitian ini.

### Analisis Koefisien Korelasi Berganda (R)

Analisis koefisien korelasi berganda (R) adalah koefisien yang digunakan untuk mengetahui tingkat hubungan dari variabel bebas yaitu produk, kualitas layanan dan kepuasan terhadap variabel terikat loyalitas.

Tabel 6  
Koefisien Korelasi Berganda  
Model Summary

Model	R	R Square	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	0.736	0.541	0.527	1.37162

Sumber: Data Primer, diolah tahun 2017

Melihat hasil output SPSS 21.0 pada Tabel 6 diketahui R Square ( $R^2$ ) sebesar 0.541 atau 54% yang berarti bahwa sumbangan atau kontribusi dari produk, kualitas layanan, dan kepuasan secara bersamaan terhadap loyalitas adalah sangat berpengaruh dan memiliki hubungan yang kuat.

### Koefisien Determinasi Berganda ( $R^2$ )

Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Dan sebaliknya jika nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen.

Tabel 7  
Koefisien Determinasi Berganda

Variabel	R	$r^2$
Produk	0.201	0.040401
Layanan	0.221	0.048841
Kepuasan	0.484	0.234256

Sumber: Data Primer, diolah tahun 2017

Dari korelasi parsial diatas maka dapat diperoleh koefisien determinasi parsial dengan sebagai berikut:

- Koefisien determinasi parsial produk = 0,040401 hal ini berarti sekitar 4,0% yang menunjukkan besarnya kontribusi produk terhadap loyalitas.
- Koefisien determinasi parsial kualitas layanan = 0,048841 hal ini berarti sekitar 4,8% yang menunjukkan besarnya kontribusi kualitas layanan terhadap loyalitas.
- Koefisien determinasi parsial kepuasan = 0,234256 hal ini berarti sekitar 23,4% yang menunjukkan besarnya kontribusi kepuasan terhadap loyalitas.

### Uji Hipotesis

#### Uji t

Untuk menguji hipotesis, dengan melihat tingkat signifikansi yang diperoleh dengan menggunakan perangkat lunak pengolahan data SPSS (Statistical Package For Social Science).

**Tabel 8**  
**Uji t**

Model	T	Sig.
1 (Constant)	1.017	0.312
Produk	2.007	0.048
Layanan	2.219	0.029
Kepuasan	5.413	0.000

Sumber: Data Primer, diolah tahun 2017

Berdasarkan pada Tabel 8, maka dapat dijelaskan pengaruh produk, kualitas layanan, dan kepuasan terhadap loyalitas Bank Mandiri Syariah cabang jemursari secara parsial sebagai berikut:

- Uji Hipotesis produk terhadap loyalitas  
Berdasarkan hasil perhitungan hipotesis secara parsial menggunakan program SPSS 21.0 diperoleh  $t_{hitung}$  2.007 dengan sig. sebesar 0,048 < 0,05 atau dengan taraf signifikansi kurang dari 0,05 atau sig. sebesar 0,048 yang berarti variabel produk secara parsial, positif dan signifikan berpengaruh terhadap loyalitas.
- Uji Hipotesis kualitas layanan terhadap loyalitas  
Berdasarkan hasil perhitungan hipotesis secara parsial menggunakan program SPSS 21.0 diperoleh  $t_{hitung}$  2.219 dengan sig. sebesar 0,029 < 0,05 atau dengan taraf signifikansi kurang dari 0,05 atau sig. sebesar 0,029 yang berarti variabel kualitas layanan secara parsial, positif dan signifikan berpengaruh terhadap loyalitas.
- Uji Hipotesis kepuasan terhadap loyalitas  
Berdasarkan hasil perhitungan hipotesis secara parsial menggunakan program SPSS 21.0 diperoleh  $t_{hitung}$  5.413 dengan sig. sebesar 0,000 < 0,05 atau dengan taraf signifikansi kurang dari 0,05 atau sig. sebesar 0,000 yang berarti variabel kepuasan secara parsial, positif dan signifikan berpengaruh terhadap loyalitas.

### SIMPULAN DAN SARAN

#### Simpulan

Hasil pengujian menunjukkan variabel produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Hasil pengujian menunjukkan variabel kualitas layanan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Hasil pengujian menunjukkan variable kepuasan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap loyalitas.

### Saran

Pihak Bank Mandiri Syariah hendaknya bisa tetap mempertahankan, selalu membuat terobosan baru untuk produknya dan selalu memperbaiki sistem produk yang ada agar nasabah akan tetap loyal pada Bank Mandiri Syariah cabang jemursari.

Hendaknya pihak Bank Mandiri Syariah cabang jemursari agar dapat selalu memberikan layanan terbaiknya dan selalu memperbaiki sistem layanan yang membuat seorang semakin loyal pada Bank Mandiri Syariah cabang jemursari.

Bank Mandiri Syariah cabang jemursari agar selalu memperbaiki fasilitas, produk, layanan dll yang bisa membuat seorang nasabah merasa puas hingga membuat seorang nasabah dapat loyal pada Bank Mandiri Syariah cabang jemursari.

Bank mandiri syariah harus memperhatikan dalam bagi hasil yang telah ditetapkan dan harus sesuai dengan harapan nasabah.

### DAFTAR PUSTAKA

- Ayu, D, I. 2013. Pengaruh Keputusan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Dan Keputusan Pelanggan Pada Rumah sakit Swasta Di Kota Denpasar. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis, dan Kewirausahaan*. 5(7): 17-18
- Evi, O, S. 2012. Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah dan Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat di Surabaya. *Journal of Business and Banking*.2 (2): 171-184
- Falla, I, S. 2013. Kualitas Layanan, Citra dan Pengaruh terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Nasabah. *Jurnal Aplikasi Manajajeme*. 2(3).
- Gozali, I.2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Kotler, P, dan G. Amstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- \_\_\_\_\_ dan \_\_\_\_\_. 2014. *Principle Of Marketing, 15<sup>th</sup> edition*.Pearson Prentice Hall. New Jersey.
- \_\_\_\_\_ dan \_\_\_\_\_. 2015. *Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth Edition*. Pearson Education, Inc. England.
- \_\_\_\_\_ dan K. L. Keller. 2012, *Marketing Management: 14 Edition*, PrenticeHall, New Jersey, Pearson Hall, Pearson Education, Inc.
- Mustafa, E, dan Wijaya, T. 2012. *Panduan Teknik Statistik SEM dan PLS Dengan SPSS AMOS*. Cahaya Atma Pustaka. Yogyakarta.
- Peter, K,H, dan S. Sugiono. 2017. Analisa Pengaruh Service Quality Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening Celebrity Fitness Center Surabaya. *Jurnal strategi pemasaran*. 4(5).

- Priyatno, D. 2012. *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS20*. Edisi Kesatu. AndiOffseat. Yogyakarta.
- Ririn, T, R, dan H. A. Mastuti. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bogor. Ghalia Indonesia.
- Riswandhi, I. 2014. Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Kepuasan Nasabah Sebagai Prediktor Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Organisasi dan Manajemen*, 10 (2): 179-196
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif dan R dan D*. Alfabeta. Bandung.
- \_\_\_\_\_. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Cetakan Kedua. Alfabeta. Bandung.
- Tjiptono, F. 2012. *Pemasaran Jasa*. Andi Offseat. Yogyakarta.
- \_\_\_\_\_ dan C. Gregorius. 2012. *Pemasaran Stratejik*. Andi Offseat. Yogyakarta