

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN MOBIL TABUNGAN
BANK MUAMALAT CABANG BENGKULU TERHADAP
LOYALITAS MENABUNG SISWA MAN 1 MODEL
KOTA BENGKULU**



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E.I)**

OLEH :

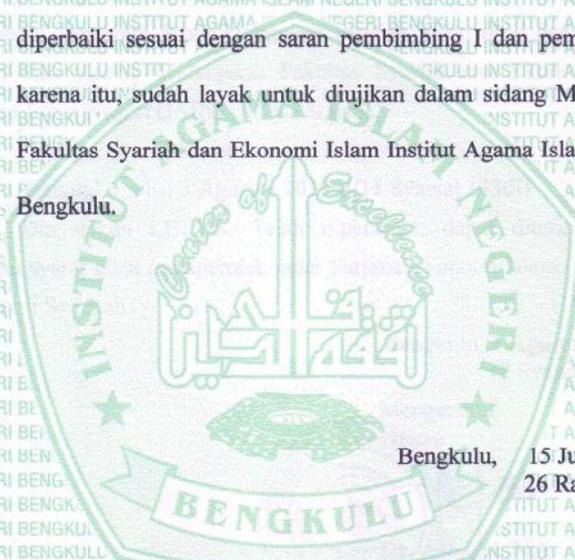
DEDI KURNIAWAN SIAGIAN

NIM. 211 313 7280

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
JURUSAN EKONOMI ISLAM
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) BENGKULU
KOTA BENGKULU
2015 M/ 1436 H**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi oleh Dedi Kurniawan Siagian, NIM: 2113137280, yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Mobil Tabungan Bank Muamalat Cabang Bengkulu Terhadap Loyalitas Menabung Siswa MAN 1 Model Kota Bengkulu" Program studi Perbankan Syariah telah diperiksa dan diperbaiki sesuai dengan saran pembimbing I dan pembimbing II oleh karena itu, sudah layak untuk diujikan dalam sidang Munaqasah/Skripsi Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.



Bengkulu, 15 Juli 2015 M
26 Ramadhan 1436 H

Pembimbing I

Pembimbing II

(Yusmita, M.Ag)

(Rini Elvira, SE, M.Si)

NIP 197106241998032001

NIP 197708152011012007



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI BENGKULU
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM

Alamat: Jl. Raden Fatah Pagar Dewa Telp. (0736) 51276, 51771 Fax (0736) 51771 Bengkulu

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi atas nama Dedi Kurmiawan Siagian NIM: 2113137280 yang berjudul *"Pengaruh Kualitas Pelayanan Mobil Tabungan Bank Muamalat Cabang Bengkulu Terhadap Loyalitas Menabung Siswa MAN 1 Model Kota Bengkulu"*, Program Studi Perbankan Syariah, telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Sidang Munaqasah Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu pada:

Hari : Scnen

Tanggal : 3 Agustus 2015M/18 Syawal 1436H

Dinyatakan LULUS. Telah diperbaiki, dapat diterima dan disahkan sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E.I) dalam Ilmu Ekonomi Syaria'ah.

Bengkulu, 3 Agustus 2015 M
18 Syawal 1436 H

Mengetahui,

Dekan



Dr. Asnaini, MA
NIP. 19730412 199803 2003

Sidang Munaqasah

Ketua



Yusmita, M.Ag
NIP. 197106241998032001

Sekretaris



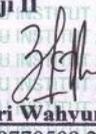
Rini Elvira, SE, M.Si
NIP. 197708152011012007

Penguji I



Dr. Asnaini, MA
NIP. 19730412 199803 2003

Penguji II



Eka Sri Wahvuni, SE., MM
NIP. 19770509 2008012014

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan:

1. Skripsi dengan judul ” Pengaruh Kualitas Pelayanan Mobil Tabungan Bank Muamalat Cabang Bengkulu Terhadap Loyalitas Menabung Siswa MAN 1 Model Kota Bengkulu” adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di IAIN Bengkulu maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Skripsi ini murni gagasan, pemikiran dan rumusan saya sendiri tanpa bantuan yang tidak sah dari pihak lain kecuali arahan dari tim pembimbing.
3. Di dalam skripsi ini tidak terdapat hasil karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali kutipan secara tertulis dengan jelas dan dicantumkan sebagai acuan di dalam naskah saya dengan disebutkan nama pengarangnya dan dicantumkan pada daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan yang berlaku.

Bengkulu, 15 Juli 2015 M
26 Ramadhan 1436 H
Mahasiswa yang menyatakan




Dedi Kurniawan Siagian
NIM 211 313 7280

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Kunci dari sebuah kebahagiaan adalah ketika anda bersyukur terhadap anugerah yang tuhan berikan”

PERSEMBAHAN:

Dengan segala kerendahan hati kupersembahkan karya ini sebagai sebuah perjuangan totalitas diri kepada:

1. Rasa syukur kepada Allah SWT atas limpahan rahmat-Nya sehingga mampu menyelesaikan karya yang luar biasa ini.
2. Kedua orang tua saya yang sangat saya cintai. Ayah saya Ikhwan Siagian dan Ibu saya Sepsinar Siregar. Berjuta rasa terima kasih saya sampaikan untuk kedua orang terhebat dalam hidup saya yang tak pernah lelah mencurahkan kasih sayangnya dan selalu mendo'akan saya serta selalu memberikan dukungannya kepada saya hingga detik ini.
3. Kakak saya (Hendro Kingdom, Tomi Icon Computer, Mifta Galery) Ayuk saya (Sherly Lantung), dan adik saya (Ade Kurniawan Siagian, Putri Indah Kurniawan, yang selalu mensupport saya.
4. Sahabat saya Masyuni, Ahmad Ali Saputra, Yulianto, Yifriza Rahman, M. dwi Febrizal, Jefri Hidayat, Resman toni , Fauzi Yusman yang setia memberikan masukan dan kritiknya demi kesuksesan saya.
5. Teman seperjuanganku Program studi Perbankan Syariah serta seluruh teman EKIS A dan EKIS B.
6. Seluruh pihak yang tak bisa disebutkan satu persatu.
7. Agama, bangsa, dan almamaterku.

ABSTRAK

Skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Mobil Tabungan Bank Muamalat Cabang Bengkulu Terhadap Loyalitas Menabung Siswa MAN 1 Model Kota Bengkulu” bertujuan untuk mengetahui apakah pengaruh kualitas pelayanan mobil tabungan Bank Muamalat Cabang Bengkulu berpengaruh signifikan terhadap loyalitas menabung siswa MAN 1 Model Kota Bengkulu dan juga untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan mobil tabungan Bank Muamalat Cabang Bengkulu terhadap loyalitas menabung siswa MAN 1 Model Kota Bengkulu. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif. Sampel penelitian berjumlah 113 orang yang diambil berdasarkan metode *proportionate stratified Random Sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menggunakan kuesioner tertutup. Teknik analisis menggunakan uji kualitas data yang terdiri dari uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji homogenitas, uji hipotesis menggunakan regresi linear sederhana. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas menabung siswa pada $\alpha = 5\%$ atau *Confidence Interval* sebesar 95%. Kualitas pelayanan mobil tabungan Bank Muamalat mempengaruhi loyalitas menabung sebesar 0,048 atau 4,8 %.

Kata kunci : Pengaruh kualitas pelayanan mobil tabungan dan Loyalitas menabung

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT atas segala nikmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul ” Pengaruh Kualitas Pelayanan Mobil Tabungan Bank Muamalat Cabang Bengkulu terhadap Loyalitas Menabung Siswa MAN 1 Model Kota Bengkulu”.

Shalawat dan salam untuk Nabi besar Muhammad SAW, yang telah berjuang untuk menyampaikan ajaran Islam sehingga umat Islam mendapatkan petunjuk ke jalan yang lurus baik di dunia maupun akhirat.

Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat guna untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E.I) pada Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Ekonomi Islam pada Fakultas Syari’ah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapat bantuan dari berbagai pihak. Dengan demikian penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Sirajuddin. M, M.Ag, MH selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu.
2. Dr. Asnaini, MA selaku Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Bengkulu.
3. Desi Isnaini, MA selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam IAIN Bengkulu.
4. Yusmita, M.Ag selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu dan pikirannya untuk membimbing penulis selama penyusunan skripsi ini.

5. Rini Elvira, S.E, M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu membimbing, memberikan semangat, motivasi serta dorongan yang kuat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu dosen IAIN Bengkulu yang telah memberikan banyak ilmu selama penulis kuliah.
7. Para Staf dan Karyawan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Bengkulu.
8. Semua pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini

Bengkulu, 15 Juli 2015 M
26 Ramadhan 1436 H

Dedi Kurniawan Siagian
NIM. 211 313 7280

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Batasan Masalah.....	8
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian.....	8
E. Kegunaan Penelitian.....	9
F. Penelitian Terdahulu.....	9
G. Sistematika Penulisan.....	11
BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR	
A. Kajian Teori	14
1. Loyalitas Nasabah	14
a. Definisi loyalitas nasabah	14
b. Indikator dari loyalitas nasabah	17
c. Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah	18
2. Kualitas Pelayanan	20
a. Definisi Kualitas Pelayanan	20
b. Indikator kualitas pelayanan	22
c. Jenis-jenis pelayanan.....	23
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah	24
B. Kerangka Berfikir.....	25
C. Hipotesis Penelitian.....	27
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	28
B. Variabel dan Definisi operasional.....	28
1. Kualitas Pelayanan Mobil Tabungan (X).....	28
2. Loyalitas Nasabah (Y).....	29
C. Waktu dan Lokasi Penelitian	30
D. Populasi dan Sampel	30
E. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	32
1. Sumber data.....	32
2. Teknik pengumpulan data.....	32

F. Uji Coba Kuesioner Penelitian.....	34
G. Pengujian Kualitas Data.....	34
1. Pengujian Validitas Data.....	34
2. Pengujian Realibilitas Data.....	34
3. Pengujian Normalitas.....	34
4. Pengujian Homogenitas.....	35
H. Pengujian Hipotesis.....	35
1. Model Regresi Linear sederhana.....	35
2. Uji t.....	36
3. Koefisien Determinasi.....	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	37
1. Deskripsi Responden.....	37
2. Profil Perusahaan.....	38
B. Hasil Uji Coba Instrumen Penelitian.....	50
1. Uji Validitas.....	50
2. Uji Reliabilitas.....	52
C. Hasil Uji Kualitas Data Penelitian.....	53
1. Uji Validitas.....	53
2. Uji Realibilitas.....	55
3. Uji Normalitas.....	56
4. Uji Homogenitas.....	57
D. Hasil Penelitian.....	57
1. Model Regresi Linear Sederhana.....	57
2. Uji t.....	59
3. Uji Koefisien Determinasi.....	59
E. Pembahasan.....	60
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	63
B. Saran.....	63
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Tabel Tingkat jumlah siswa yang menabung kelas XII tahun 2014 dalam periode perbulan	7
Tabel 3.1	Populasi kelas XII MAN 1 Model Kota Bengkulu	31
Tabel 3.2	Skor penilaian kuisisioner.....	33
Tabel 4.1	Jenis kelamin responden	37
Tabel 4.2	Bidang Ilmu Responden.....	38
Tabel 4.3	<i>Critical Value of Correlation (r tabel)</i>	50
Tabel 4.4	Hasil Uji Coba Validitas Variabel X.....	51
Tabel 4.5	Hasil Uji Coba Validitas Y	52
Tabel 4.6	Hasil Uji Coba Reliabilitas	52
Tabel 4.7	<i>Critical Value of Correlation (r tabel)</i>	53
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X)	54
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Loyalitas menabung (Y)	55
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas	55
Tabel 4.11	Rekapitulasi Uji Normalitas.....	56
Tabel 4.12	Rekapitulasi Uji Homogenitas Varians.....	57
Tabel 4.13	Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	57
Tabel 4.14	Hasil Pengujian Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Menabung.....	58
Tabel 4.15	Hasil Pengujian Koefisien Determinasi	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka berpikir.....	25
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Bank Muamalat Cabang Bengkulu	47

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat Keterangan Izin Penelitian
- Lampiran 2 : Lembar Kuesioner
- Lampiran 3 : Jadwal Penelitian
- Lampiran 4 : Data Responden Uji Coba Kuesioner dan Objek Penelitian
- Lampiran 5 : Tabulasi Data Uji Coba Kuesioner dan Objek Penelitian
- Lampiran 6 : Statistik Deskriptif Data Uji Coba Kuesioner
- Lampiran 7 : Hasil Uji Coba Kuesioner Penelitian
- Lampiran 8 : Statistik Deskriptif Data Objek Penelitian
- Lampiran 9 : Hasil Uji Validitas dan Uji Realibilitas
- Lampiran 10 : Uji Normalitas dan Homogenitas data
- Lampiran 11 : Uji Hipotesis
- Lampiran 12 : Pernyataan Jawaban Dari Responden

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan lembaga keuangan syariah dimulai pada tahun 1999 dan mengalami perkembangan yang semakin pesat pada tahun 2000-an. Perkembangan lembaga keuangan syariah semakin marak setelah sekelompok masyarakat ikut membangun lembaga keuangan alternatif yang berbasis syariah. Lembaga keuangan syariah merupakan lembaga yang didirikan dengan tujuan untuk mempromosikan dan mengembangkan penerapan prinsip-prinsip Islam kedalam transaksi keuangan dan perbankan.

Lembaga keuangan syariah memiliki kedudukan yang strategis, yaitu sebagai penunjang kelancaran sistem pembayaran, pelaksanaan kebijaksanaan moneter dan pencapaian stabilitas sistem keuangan, sehingga diperlukan perbankan yang sehat, transparan dan dapat dipertanggungjawabkan. Fungsi dan peran bank syariah yang diantaranya tercantum dalam pembukaan standar akuntansi yang dikeluarkan oleh AAOIFI (*Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institution*), adalah sebagai berikut: ¹ (1) Manajer investasi, bank syariah dapat mengelola investasi nasabah (2) Investor, bank syariah dapat menginvestasikan dana yang dimilikinya maupun dana nasabah yang dipercayakan kepadanya (3) Penyedia jasa keuangan dan lalu lintas pembayaran, bank syariah dapat melakukan kegiatan-kegiatan jasa-

¹Syukri Iska, *Sistem Perbankan Syariah Di Indonesia*, (Yogyakarta: Fajar Media Press, 2012), hal.43

jasa layanan perbankan sebagaimana lazimnya. (4) Pelaksanaan kegiatan sosial, sebagai ciri yang melekat pada entitas keuangan syariah, Bank Islam juga memiliki kewajiban untuk mengeluarkan dan mengelola (menghimpun, mengadministrasikan, mendistribusikan) zakat serta dana-dana sosial lainnya.

Pada hakikatnya persaingan dunia perbankan sering mengalami perubahan-perubahan dengan munculnya pemain-pemain baru yang mentransformasi industri, dan seringkali menggunakan transformasi baru dengan teknologi-teknologi baru untuk memunculkan ciri serta keunikan dan inovasi masing-masing yang bertujuan memanjakan nasabahnya dan menciptakan loyalitas pelanggan. Situasi persaingan saat sekarang ini semakin keras, dan perusahaan yang dapat bertahan adalah perusahaan yang memiliki kemampuan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan secara berkesinambungan menjadi kunci keunggulan bersaing perusahaan. Akibat begitu ketatnya persaingan, maka antusias bank-bank yang ada semakin tinggi untuk pelayanan barang dan jasa yang mereka tawarkan dengan berbagai macam kelebihan dan keunggulan dari jasa perbankan tersebut. Untuk itulah perusahaan dituntut untuk mampu memupuk keunggulan kompetitifnya masing-masing melalui upaya yang kreatif, inovatif, serta efisien, sehingga menjadi pilihan dari banyak pelanggan yang pada gilirannya diharapkan loyal.

Loyalitas meliputi keinginan pelanggan untuk kembali pada suatu penyedia jasa dan juga keinginan untuk merekomendasikan penyediaan jasa tersebut kepada orang lain. Memiliki konsumen yang loyal adalah tujuan akhir dari semua perusahaan. Tetapi kebanyakan dari perusahaan tidak mengetahui

bahwa loyalitas pelanggan dapat dibentuk melalui beberapa tahapan, mulai dari mencari calon pelanggan potensial sampai dengan *advocate customers* yang akan membawa keuntungan bagi perusahaan. Adapun yang menjadi indikator dari loyalitas pelanggan adalah:² (1) pembelian berulang (2) penolakan terhadap produk lain, nasabah memiliki hubungan emosional sehingga tidak berpengaruh terhadap ajakan atau tawaran dari pihak lain (3) pengajuan pada orang lain, pelanggan mampu dan mau menjadi sumber informasi kepada calon pelanggan lain.

Loyalitas pelanggan dapat ditentukan oleh kemampuan manajemen untuk melaksanakan perannya dengan meningkatkan kualitas pelayanan. Kualitas Pelayanan adalah merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun dimana produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya keinginan pada konsumen itu sendiri.³

Ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Perusahaan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan. Dengan cara memahami dan mengetahui indikator dari kualitas pelayanan tersebut diantaranya adalah: (1)

²Ariyanti Sunarno, *Pengaruh kualitas pelayanan frontliner terhadap loyalitas nasabah pada bank BTN syariah cabang Bandung* (<http://elibrary.unisba.ac.id/files2/skr.11.12.06042.pdf>, diakses pada 29 oktober 2014)

³Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, (Jakarta: Salemba Empat, 2002), hal.83

keandalan (*Reability*), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan (2) ketanggapan (*Responsivenss*) yaitu kemampuan perusahaan untuk menolong pelanggan dan ketersediaan untuk melayani nasabah dengan baik (3) Empati yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual yang diberikan kepada para nasabah dengan memahami keinginan nasabah. (4) bentuk fisik (*Tangibles*) yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya pada pelanggan dalam bentuk fisik perusahaan (5) Jaminan (*Asurance*) yaitu kemampuan pegawai bank untuk menumbuhkan rasa percaya para nasabah pada bank.

Karena kualitas pelayanan merupakan hal yang wajib bagi pihak perbankan untuk memberikan pelayanan secara maksimal kepada setiap nasabahnya agar nasabah dapat merasakan kualitas pelayanan tersebut. Kualitas pelayanan adalah merupakan ciri dan sifat dari pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan karyawan untuk memenuhi kebutuhan yang dinyatakan oleh pelanggan atau yang tersirat dalam diri pelanggan.⁴ Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak lain.⁵

Tidak dapat dipungkiri bahwa hampir semua jenis produk yang ditawarkan oleh perbankan syariah memerlukan kualitas pelayanan yang baik, begitu juga dalam penghimpunan tabungan yang di lakukan oleh Bank Muamalat Cabang Bengkulu. Survei menunjukkan bahwa tuntutan pelanggan terhadap jasa perbankan khususnya tabungan mempunyai peluang untuk

⁴Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, (Bogor: Ghalia, Indonesia, 2010), hal.91

⁵Philip Kotler dan Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Prehalindo, 2000), hal.

direspons oleh pesaing, sehingga terdapat pergeseran tuntutan pelanggan yang menjadi potensi bagi pesaing untuk mendapatkan keunggulan bersaing.⁶ Dalam menghadapi persaingan antar perbankan Syariah dalam rangka menarik dan mempertahankan nasabah yang telah eksis dengan beragam pelayanan yang memberikan kemudahan. Terutama dalam mengumpulkan tabungan menyediakan layanan mobil tabungan untuk ke sekolah-sekolah. Dalam layanan jemput tabungan ini, petugas bank mendatangi siswa pada waktu yang telah disepakati bersama. Hal ini bertujuan, supaya siswa siap dapat melakukan setoran ketika petugas Bank datang.

Pelayanan jemput tabungan yang diberikan kepada siswa merupakan pelayanan khususnya, dimana untuk para pelajar yang sedang mengalami masa-masa di mana bahwa menabung sejak dini sangatlah penting agar dapat terbiasa dengan hidup yang hemat. Sesuai dengan ajaran Islam terdapat larangan untuk berbuat boros seperti yang tertuang dalam :

Q.S Al-Isra : 27

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ^ط وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ﴿٢٧﴾

Artinya :

Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya.

Sebagai wujud pemanfaatan lembaga keuangan syariah di Kota Bengkulu dapat terlihat peran Bank Muamalat Cabang Bengkulu yang

⁶Buchari Alma, *Manajemen Bisnis Berbasis Hasil Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2007), hal.211

menggalakan program tabungan di beberapa sekolah di Bengkulu salah satunya MAN 1 Model Kota Bengkulu. Hal yang menjadi dorongan terbesar dalam menyoroti aktivitas menabung siswa MAN 1 Model Kota Bengkulu di Bank Syariah ialah pengenalan ekonomi Islam yang telah dimulai sejak dini. Dikarenakan MAN 1 Model Bengkulu adalah sekolah setingkat setara SMA yang bercirikan agama Islam. Sehingga sebagai generasi bangsa mereka telah mendapat gambaran mengenai keunggulan ekonomi Islam dan produk perbankan Syariah.

Selain itu yang menjadi sorotan penting dalam penelitian ini ialah melihat Pengaruh Kualitas Pelayanan Mobil Tabungan Bank Muamalat Cabang Bengkulu terhadap loyalitas Menabung Siswa. Agar dapat lebih memahami akan kebutuhan, keinginan dan harapan para pelanggannya. Secara umum dibalik memberikan produk pihak perbankan syariah pun harus memperhatikan kualitas pelayanan, karena kualitas pelayanan yang baik akan membuat nasabah tersebut menjadi loyal dan otomatis apabila nasabah tersebut bertahan maka akan menjadi pendapatan dari bank tersebut.⁷

Kualitas pelayanan yang baik akan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, ketika kualitas pelayanan baik maka loyalitas pun menjadi tinggi, sebaliknya ketika kualitas pelayanan yang tidak baik akan menurunkan loyalitas.⁸ Begitupun juga pada loyalitas menabung siswa MAN 1 Model

⁷Sinar Sejuk, *Kualitas Pelayanan Terhadap Konsumen* (<https://sebuah.sejuk.wordpress.com/2011/09/10/kualitas-pelayanan-terhadap-kepuasan-konsumen/> diakses 29 oktober 2014)

⁸Nina Rahmayanty, *Manajemen Layanan Prima*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hal.12

Kota Bengkulu, dengan diukur dari jumlah siswa yang menabung dari bulan ke bulan.

Tabel 1.1
Tingkat Jumlah Siswa Yang Menabung Kelas XII Tahun 2014
Dalam Periode Perbulan

Bulan	Jumlah Siswa	Jumlah Kunjungan	Frekuensi Kedatangan
September	158	45	4 kali
Oktober	158	55	2 kali
November	158	75	1 kali
Desember	158	82	1 kali

Sumber: MAN 1 Model Kota Bengkulu

Berdasarkan tabel di atas jumlah siswa kelas XII MAN 1 Model Kota Bengkulu yang menabung di Bank Muamalat Cabang Bengkulu berjumlah 158 siswa dengan tingkat frekuensi kedatangan 4 (empat) kali kunjungan pada bulan September dengan total jumlah 45 siswa yang berkunjung, tingkat frekuensi kedatangan 2 kali kunjungan pada bulan Oktober dengan total jumlah 55 siswa yang berkunjung, sedangkan tingkat frekuensi kedatangan 1 kali kunjungan pada bulan November dengan total jumlah 75 siswa yang berkunjung dan tingkat frekuensi kedatangan 1 kali kunjungan pada bulan Desember dengan total jumlah 82 siswa yang berkunjung. Semakin sering mobil tabungan berkunjung ke sekolah terlihat jelas jumlah siswa yang menabung semakin sedikit, namun faktanya bertolak belakang dengan teori kualitas pelayanan menurut Sunarno yang menyatakan ketika kualitas

pelayanan baik maka loyalitas tersebut akan meningkat dan sebaliknya ketika kualitas pelayanan tidak baik maka loyalitas menurun.⁹

B. Batasan Masalah

Agar masalah pembahasan tidak terlalu luas dan lebih terfokus pada masalah dan tujuan dalam penelitian ini, maka responden penelitian adalah siswa kelas XII MAN 1 Model yang menabung pada mobil pelayanan tabungan Bank Muamalat Cabang Bengkulu. Alasan peneliti mengambil kelas XII adalah karena untuk mengetahui nasabah yang loyal maka peneliti harus memilih siswa yang menabung dalam kurun waktu yang lebih lama dibandingkan memilih siswa yang baru menabung.

C. Rumusan Masalah

Beberapa hal yang menjadi permasalahan untuk dibahas, antara lain:

1. Apakah kualitas pelayanan mobil tabungan Bank Muamalat Cabang Bengkulu berpengaruh signifikan terhadap loyalitas menabung siswa MAN 1 Model Bengkulu ?
2. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan mobil Bank Muamalat Cabang Bengkulu berpengaruh signifikan terhadap loyalitas menabung siswa MAN 1 Model Bengkulu ?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan mobil tabungan Bank Muamalat Cabang Bengkulu berpengaruh signifikan terhadap loyalitas menabung siswa MAN 1 Model Bengkulu ?

⁹Ariyanti Sunarno, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Frontliner Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BTN Syariah Cabang Bandung* (<http://elibrary.unisba.ac.id/files2/skr.11.12.06042.pdf>, diakses pada 29 Oktober 2014)

2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan mobil tabungan Bank Muamalat Cabang Bengkulu berpengaruh signifikan terhadap loyalitas menabung siswa MAN 1 Model Bengkulu ?

E. Kegunaan Penelitian

1. Teoritis penelitian ini diharapkan dapat menjadi literatur untuk penelitian lanjutan dan diharapkan dapat bermanfaat secara teori dan aplikasi terhadap pengembangan ilmu ekonomi Islam.
2. Secara praktis hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi berbagai pihak dalam mengambil keputusan, yaitu :
 - a. Bagi Bank Muamalat Cabang Bengkulu

Sebagai pengambilan kebijakan terhadap kualitas pelayanan Mobil Tabungan.

- b. Bagi MAN 1 Model Kota Bengkulu

Sebagai sumber informasi dalam peningkatan kerjasama dengan pihak perbankan Syariah.

- c. Bagi Masyarakat

Sebagai gambaran keunggulan perbankan Syariah dalam memberikan produk dan pelayanan yang memuaskan, sehingga dapat memotivasi masyarakat untuk ikut menggunakan produk-produk Bank Syariah.

F. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Sunarno meneliti tentang: Pengaruh kualitas pelayanan *frontliner* terhadap loyalitas nasabah pada Bank BTN

Syariah Cabang Bandung. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan *frontliner* terhadap loyalitas nasabah pada Bank BTN syariah Cabang Bandung. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah tabungan iB BTN Syariah kantor Cabang Bandung yang berjumlah 10.176 nasabah. Jumlah sampel yang dijadikan sebagai responden 10 % dari populasi adalah 99 responden yang ditentukan dengan menggunakan rumus slovin dan menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu *purposive random sampling*. Teknik pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner, wawancara, dan studi kepustakaan. Pengujian hipotesis menggunakan teknik analisis regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan *frontliner* memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah pada bank BTN Syariah Cabang Bandung.¹⁰

Satriyanti meneliti tentang pengaruh kualitas layanan, kepuasan nasabah dan citra Bank terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat Cabang Surabaya. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat Cabang Surabaya. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Muamalat, adapun sampel ditentukan berdasarkan pendapat Roscoe memberikan pedoman penentuan jumlah sampel dengan ukuran sampel antara tiga puluh sampai lima ratus elemen, teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner, wawancara, dan studi kepustakaan. Pengujian

¹⁰Ariyanti Sunarno, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Frontliner Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BTN Syariah Cabang Bandung* (<http://elibrary.unisba.ac.id/files2/skr.11.12.06042.pdf>, diakses pada 29 oktober 2014)

hipotesis menggunakan teknik analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat Cabang Surabaya.¹¹

Dari berbagai kajian pustaka yang diambil, peneliti ingin meneliti “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Mobil Tabungan Bank Muamalat Cabang Bengkulu Terhadap Loyalitas Menabung Siswa Man 1 Model Kota Bengkulu*”. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah sudah banyak ditemukan yang membahas tentang kualitas pelayanan secara umum pada Bank. Namun, permasalahan yang lebih spesifik adalah kualitas pelayanan mobil tabungan Bank Muamalat Cabang Bengkulu belum begitu banyak yang meneliti. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti kualitas pelayanan mobil tabungan Bank Muamalat Cabang Bengkulu.

G. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan pada skripsi ini terdiri dari bab pertama yang merupakan bagian pendahuluan berisikan latar belakang masalah yang menjadi dasar peneliti dalam melakukan rangkaian penelitian kemudian batasan masalah sebagai batasan penelitian agar tidak terlalu luas ruang lingkup penelitian yang diteliti dan juga ditetapkan rumusan masalah sebagai pedoman dan fokus penelitian, tujuan penelitian dan kegunaan penelitian serta penelitian terdahulu yang dilakukan untuk menghindari plagiat atau duplikasi terhadap penelitian serupa yang telah dilakukan dan yang terakhir ada bagian

¹¹Evi Oktaviani Satriyanti, *Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah dan Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat Cabang Surabaya* (<http://journal.perbanas.ac.id/index.php/jbb/article/download/172/123> diakses pada 29 oktober 2014)

pendahuluan ini ada sistematika penulisan yang merupakan uraian singkat mengenai deskripsi tentang penulisan yang dilakukan.

Bab kedua merupakan kajian teori yang terdiri dari uraian penjelasan mengenai definisi loyalitas nasabah, indikator dari loyalitas nasabah, faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah, definisi kualitas pelayanan, indikator kualitas pelayanan, jenis-jenis pelayanan, pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah. Serta kerangka berpikir sebagai gambaran akan peta peneliti sebagai batas-batas yang akan diselidiki dan yang tidak akan tersentuh oleh proses penelitian dan hipotesis penelitian merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan.

Selanjutnya pada bab ketiga merupakan bagian metode penelitian yang berisi jenis dan pendekatan penelitian, untuk mengetahui penelitian tersebut dikelompokkan pada penelitian jenis apa dan pendekatan apa yang digunakan. variabel dan definisi operasional adalah mendefinisikan variabel secara operasional berdasarkan karakteristik yang diamati. Waktu dan lokasi penelitian menunjukkan tentang informasi dari objek penelitian, populasi dan sampel merupakan gambaran umum dan sebagian atau wakil populasi yang diteliti, sumber dan teknik pengumpulan data apakah sumber tersebut berasal dari orang pertama atau kedua dan teknik pengumpulan data merupakan alat yang digunakan peneliti sebagai pengumpulan informasi dalam penelitian. Uji coba kuesioner penelitian digunakan sebagai pengukuran dari angket yang dibuat apakah layak atau tidak digunakan pada objek penelitian. Dan pengujian

kualitas data digunakan agar mengetahui apakah instrument yang digunakan valid dan reliabel sebab kebenaran data yang diolah sangat menentukan kualitas hasil penelitian dan biasanya ada penambahan pengujian normalitas dan homogenitas dan beberapa pengujian lain dan kembali lagi kepada kebutuhan dari sipeneliti. Pengujian hipotesis harus dapat diuji berdasarkan data empiris, yakni berdasarkan apa yang dapat diamati dan dapat diukur.

Bab keempat merupakan bab hasil penelitian dan pembahasan yang menyajikan tentang hasil penelitian kualitas pelayanan mobil tabungan terhadap loyalitas menabung yang berupa data yang diolah di aplikasi SPSS 16 yang kemudian dijelaskan hasil dari olahan data tersebut serta penjelasan pembahasan tentang data yang sudah diolah.

Bab kelima merupakan bagian penutup yang terdiri atas kesimpulan pembahasan dalam penelitian yang dikemukakan secara jelas.

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA BERPIKIR

A. Kajian Teori

1. Loyalitas Nasabah

a. Definisi Loyalitas Nasabah

Loyalitas nasabah meliputi keinginan pelanggan untuk kembali pada suatu penyedia jasa dan juga keinginan untuk merekomendasikan penyediaan jasa tersebut kepada orang lain.¹ Loyalitas nasabah adalah merupakan komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran.² Loyalitas nasabah adalah menurut Sumarwan didefinisikan sebagai konsumen yang merasa puas dari kualitas pelayanan terhadap produk atau merek yang dikonsumsi atau dipakai, dan akan membeli ulang produk tersebut.³

Loyalitas nasabah adalah tentang presentase dari orang yang pernah membeli dalam kerangka waktu tertentu dan melakukan pembelian ulang sejak pembelian yang pertama.⁴

¹Farida Jafar, *Teori dan Aplikasi 9 Kunci Keberhasilan Bisnis Jasa*, (Jakarta: Salemba Empat, 2012), hal.22

²Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, (Bandung: Alfabeta, 2005), hal.129

³Ujang Sumarwan, *Riset Pemasaran dan Konsumen*, (Bogor: PT. Penerbit IPB Press, 2013), hal.230

⁴Philip Kotler, Amstrong, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Salemba Empat, 2003), hal.140

Berdasarkan beberapa definisi loyalitas nasabah di atas dapat disimpulkan bahwa loyalitas nasabah adalah keinginan pelanggan untuk setia secara mendalam dengan komitmen meskipun pengaruh situasi yang dipresentasikan dalam pembelian yang konsisten terhadap produk atau jasa sepanjang waktu dan ada sikap yang baik untuk merekomendasikan orang lain untuk membeli produk atau jasa tersebut.

Loyalitas nasabah menurut Islam, kehendak yang kuat akan pemuas yang spesifik terhadap kebutuhan-kebutuhan yang lebih mendalam sesuai dengan kebutuhan, sehingga tidak ada yang mubazir.⁵

Pelanggan akan loyal jika pelanggan tersebut mendapatkan kualitas pelayanan yang sesuai dengan yang diharapkan atau melebihi dari harapannya sehingga pelanggan merasa puas dan akan melakukan pembelian ulang terhadap produk tersebut. Pelanggan yang puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan akan menimbulkan sikap untuk merekomendasikan kepada orang lain. Pelayanan yang baik akan memberikan kesan tersendiri bagi pelanggan untuk berlanggan dalam jangka panjang dan menciptakan hubungan baik antara pedagang dengan pelanggannya.

⁵Veithzal Rivai, *Islamic Marketing Membangun dan Mengembangkan Bisnis dengan Praktik Marketing Rasulullah SAW*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2012), hal.16

Al-Qur'an memberi petunjuk agar dalam bisnis tercipta hubungan yang harmonis, saling ridha, dan tidak ada unsur eksploitasi. Sebagaimana firman Allah Swt dalam QS. An-Nisaa 29:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَأْكُلُوْا اَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبٰطِلِ
 اِلَّا اَنْ تَكُوْنَ تِجْرَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوْا اَنْفُسَكُمْ اِنَّ
 اللّٰهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيْمًا

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.

Ayat tersebut menjelaskan tentang bagaimana menjalin hubungan baik dalam melakukan perniagaan dengan suka sama suka dan penuh keridhaan antara pedagang dan konsumen. Konsumen akan lebih menyukai pengalaman berinteraksi dengan pedagang yang sopan dan ramah dalam menghadapi pembeli dari pada pedagang yang angkuh. Dari pengalaman menyenangkan saat berbelanja, akan membuat konsumen loyal sehingga kembali berbelanja di tempat itu.

Dalam konsep dagang yang diajarkan oleh nabi Muhammad SAW ialah apa yang disebut *value driven* artinya menjaga, mempertahankan, menarik nilai-nilai pelanggan. *Value driven* juga erat hubungannya dengan apa yang disebut *relationship marketing*, yaitu berusaha menjalin hubungan erat antara pedagang, produsen dan para

pelanggan. Pada permulaan barang dipasarkan, maka semua anggota masyarakat adalah calon pembeli potensial. Di antara sekian banyak calon pembeli ada yang mau membeli dan ada yang tidak jadi membeli, orang yang mau membeli ini merupakan pembeli pertama. Kemudian dia akan tertarik dan melakukan pembelian ulang, yang selanjutnya menjadi pelanggan tetap (pelanggan setia). Pelanggan tetap ini akan membantu mempromosikan dan menarik orang-orang atau mungkin teman, keluarganya untuk ikut mengkonsumsi atau ikut menjadi pelanggan. Hal tersebut dikenal dengan istilah *relationship marketing*. Dalam konteks sekarang ini disebut dengan *customer share marketing* berusaha membina konsumen potensial agar tetap setia dan terus menjadi pelanggan. Konsep ini memanfaatkan pelanggan sebagai mitra dagang yang saling menguntungkan.⁶

b. Indikator Dari Loyalitas Nasabah

Adapun yang menjadi indikator dari loyalitas adalah : ⁷

1. Pembelian berulang

Nasabah perlu menabung secara teratur dengan menggunakan berbagai produk yang ditawarkan dan memiliki kepercayaan untuk menggunakan produk bank setiap kebutuhan dana.

⁶Buchari Alma dan Donni Juni Priansa, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2009), hal.306-307

⁷Ariyanti Sunarno, *Pengaruh Kualitas Pelayanan frontliner Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BTN Syariah cabang Bandung* (<http://elibrary.unisba.ac.id/files2/skr.11.12.06042.pdf>, diakses pada 29 oktober 2014)

2. Penolakan terhadap produk lain

Nasabah memiliki hubungan emosional yang kuat sehingga tidak berpengaruh terhadap ajakan atau tawaran dari pihak lain.

3. Penganjuran pada orang lain

Nasabah mampu dan mau menjadi sumber informasi kepada calon nasabah lain.

c. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah

Terdapat beberapa variabel yang bisa mempengaruhi loyalitas nasabah, yaitu:⁸

1. Kualitas Pelayanan

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

2. Penanganan Komplain

Penanganan komplain nasabah pada bank saat ini menjadi salah satu kunci utama suatu bank dapat terus tumbuh dan berkembang, karena apabila nasabah merasa tidak mendapatkan layanan yang baik saat menyampaikan keluhan maka nasabah akan dengan mudahnya untuk berpindah ke bank lain yang dianggap bisa memberikan layanan terhadap komplain dengan baik. Penanganan komplain oleh bank menjadi alat untuk mendongkrak perolehan profit bank bersangkutan. Dengan demikian dapat

⁸Evi Oktaviani Satriyanti, *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat cabang Surabaya* (<http://journal.perbanas.ac.id/index.php/jbb/article/download/172/123> diakses pada 29 oktober 2014)

disimpulkan bahwa penanganan komplain sangat mempengaruhi loyalitas nasabah pada bank yang dipilihnya. Karena hal tersebut berkaitan dengan penilaian masing-masing individu para nasabah.

3. Citra

Sebuah lembaga perbankan akan dianggap berhasil dalam membangun citra banknya apabila berhasil menciptakan atau membangun suatu hal yang menyenangkan dan dapat berhasil untuk menarik minat nasabah, baik itu nasabah baru maupun nasabah yang telah ada. Nasabah akan cenderung mendatangi atau akan menjadi bagian dari perusahaan (bank) tersebut apabila telah memiliki gambaran tentang apa yang akan dialami dan rasakan dengan berdasarkan pada pengalaman-pengalaman transaksi atau informasi sebelumnya dari bank-bank pesaing atau menurut cerita dari nasabah lain.

Hal di atas menunjukkan bahwa informasi yang diperoleh dari nasabah lama bisa dijadikan bahan evaluasi atas citra suatu bank. Nasabah tidak mengalami secara langsung biasanya akan mendapatkan informasi dari iklan media atau dari cerita orang lain. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa citra bank dapat mempengaruhi loyalitas nasabah. Karena hal tersebut dipengaruhi oleh persepsi nasabah terhadap bank yang dipilihnya.

2. Kualitas Pelayanan

a. Definisi Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun dimana produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya keinginan pada konsumen itu sendiri.⁹ Kualitas pelayanan adalah merupakan ciri dan sifat dari pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan karyawan untuk memenuhi kebutuhan yang dinyatakan oleh pelanggan atau yang tersirat dalam diri pelanggan.¹⁰ Kualitas pelayanan dapat juga didefinisikan sebagai tingkat mutu yang diharapkan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.¹¹

Berdasarkan beberapa definisi kualitas pelayanan di atas dapat didefinisikan kegiatan yang ditawarkan oleh pihak untuk memenuhi kebutuhan konsumen, yang dipengaruhi oleh kemampuan karyawan, sebagai tingkat mutu yang diharapkan pelanggan.

Kualitas pelayanan secara Islam menurut Siagian sebagai yang dikutip oleh Ridwan, pelayanan merupakan rasa menyenangkan yang diberikan kepada orang lain disertai kemudahan-kemudahan dan

⁹Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, (Jakarta: Salemba Empat, 2002),hal.83

¹⁰Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, (Bogor: Ghalia, Indonesia, 2010), hal.91

¹¹Laksana, *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008), hal.88

memenuhi segala kebutuhan mereka.¹² Konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan pelayanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain. Hal ini dijelaskan dalam Al-qur'an surat Al-baqarah ayat 267:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنفُقُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا
 أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ
 وَلَسْتُمْ بِتَاخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۚ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ
 حَمِيدٌ

Artinya : *Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan dari padanya, Padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.*

Adapun prinsip-prinsip pelayanan Islami, antara lain sebagai berikut¹³:

1. Melayani itu ibadah karenanya harus ada rasa cinta dan semangat membara didalam hati pada setiap tindakan pelayanan anda.
2. Memberi dahulu dan anda akan menerima ROSE (*Return on Service Excellent*).

¹²Ridwan, *Kualitas Pelayanan Dalam Islam* diakses <http://ridwan202.wordpress.com/2013/02/11/kualitas-pelayanan-dalam-islam/> pada 29 oktober 2014

¹³Toto Asmara, *Membudayakan Etos Kerja Islami*, (Jakarta: Gema Insani Press, Cet. Ke-1, 2010), hal.97

3. Mengerti orang lain terlebih dahulu sebelum ingin dimengerti.
4. Bahagiakanlah orang lain terlebih kelak anda menerima kebahagiaan melebihi dari apa yang diharapkan.
5. Menghargai orang lain sebagaimana diri anda dihargai.

b. Indikator Kualitas Pelayanan

Adapun yang menjadi indikator dari kualitas pelayanan adalah:¹⁴

1. Keandalan (*Reability*), yaitu kemampuan perusahaan (bank) untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan. Seperti visi dan misi, ketepatan waktu, ketepatan janji.
2. Ketanggapan (*Responsivenss*), yaitu kemampuan bank untuk menolong pelanggan dan ketersediaan untuk melayani nasabah dengan baik.
3. Empaty (*Empathy*) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual yang diberikan kepada para nasabah dengan memahami keinginan nasabah.
4. Bentuk fisik (*Tangibles*), yaitu kemampuan perusahaan (bank) dalam menunjukkan eksistensinya pada pelanggan. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan (bank) dan lingkungan sekitarnya.

Penampilan yang dimaksud seperti prasarana fisik adalah bentuk bangunan, tata ruang dan desain interior gedung merupakan bentuk fisik yang dapat menyakinkan nasabah.

¹⁴M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hal.221

5. Jaminan (*Assurance*), yaitu kemampuan pegawai bank untuk menumbuhkan rasa percaya para nasabah pada bank.

c. Jenis-Jenis Pelayanan

Dalam pelayanan tersebut ada yang memerlukan penjelasan, baik sekedaranya atau secara rinci. Dalam prakteknya, pelanggan/nasabah yang membutuhkan sesuatu yang perlu pelayanan sesuai dengan keinginannya dibagi empat macam yaitu sebagai berikut:¹⁵

1. Pelanggan/nasabah sangat perlu bantuan seseorang (customer service, pramuniaga atau kasir) untuk menuntun atau memperoleh informasi tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan produk. Mulai dari mencari dari produk yang diinginkan, memilih produk, meminta penjelasan tentang produk sampai dengan pembayaran di kasir.
2. Pelanggan/nasabah memerlukan bantuan hanya seperlunya saja, artinya nasabah datang kemudian mencari sendiri, memilih sendiri baru terakhir berhubungan dengan petugas pada saat membayar. Kalaupun memerlukan bantuan hanya sekedar bertanya singkat seperti tempat barang dijual.
3. Pelanggan membutuhkan bantuan tetapi melalui telepon. Jadi dalam hal ini pelanggan tidak berhadapan langsung secara fisik dengan kita, akan tetapi hanya melalui suara.

¹⁵Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan dan Implementasi dan Kontrol*, (Jakarta: Erlangga, 2001), hal.83

4. Pelanggan/nasabah tidak perlu meminta bantuan petugas jika tidak dalam keadaan darurat. Artinya yang dihadapi nasabah dalam hal ini adalah mesin seperti mesin anjungan tunai mandiri (ATM).

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah

Kualitas pelayanan adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan yang dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan.¹⁶

Menurut Islam kualitas pelayanan merupakan rasa menyenangkan yang diberikan kepada orang lain disertai kemudahan-kemudahan dan memenuhi segala kebutuhan mereka.¹⁷ Pelayanan yang ramah serta prima dalam melayani nasabah akan memberikan nilai plus dalam pandangan nasabah, serta nasabah akan merasa nyaman dan akan memberikan suatu dorongan kepada nasabah untuk menabung.

Hal tersebut telah dibuktikan oleh Sunarno dalam penelitiannya yang menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan *frontliner* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah bank BTN Syariah Cabang Bandung. Selain itu juga telah dibuktikan oleh Satriyanti, bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat Cabang Surabaya.

¹⁶ Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa*, (Yogyakarta:Penerbita Andi Offset,2002), hal.25

¹⁷Toto Asmara, *Membudayakan Etos Kerja Islami*, (Jakarta: Gema Insani Press, Cet. Ke-1, 2010), hal.97

B. Kerangka Berfikir

Kerangka pemikiran menurut Miles dan Huberman dalam Hendri Tanjung dan Abrista Devi adalah gambaran akan peta peneliti mengenai batas-batas yang akan diselidiki dan yang tidak akan tersentuh oleh proses penelitian.¹⁸ Berdasarkan judul penelitian yang akan penulis teliti yaitu tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan Mobil Tabungan Bank Muamalat Cabang Bengkulu Terhadap Loyalitas Menabung Siswa MAN 1 Model Kota Bengkulu”, yang dilatarbelakangi karena menurunnya kualitas pelayanan mobil tabungan pada frekuensi kunjungan. Dengan rumusan masalah apakah pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas menabung siswa MAN 1 Model Kota Bengkulu.

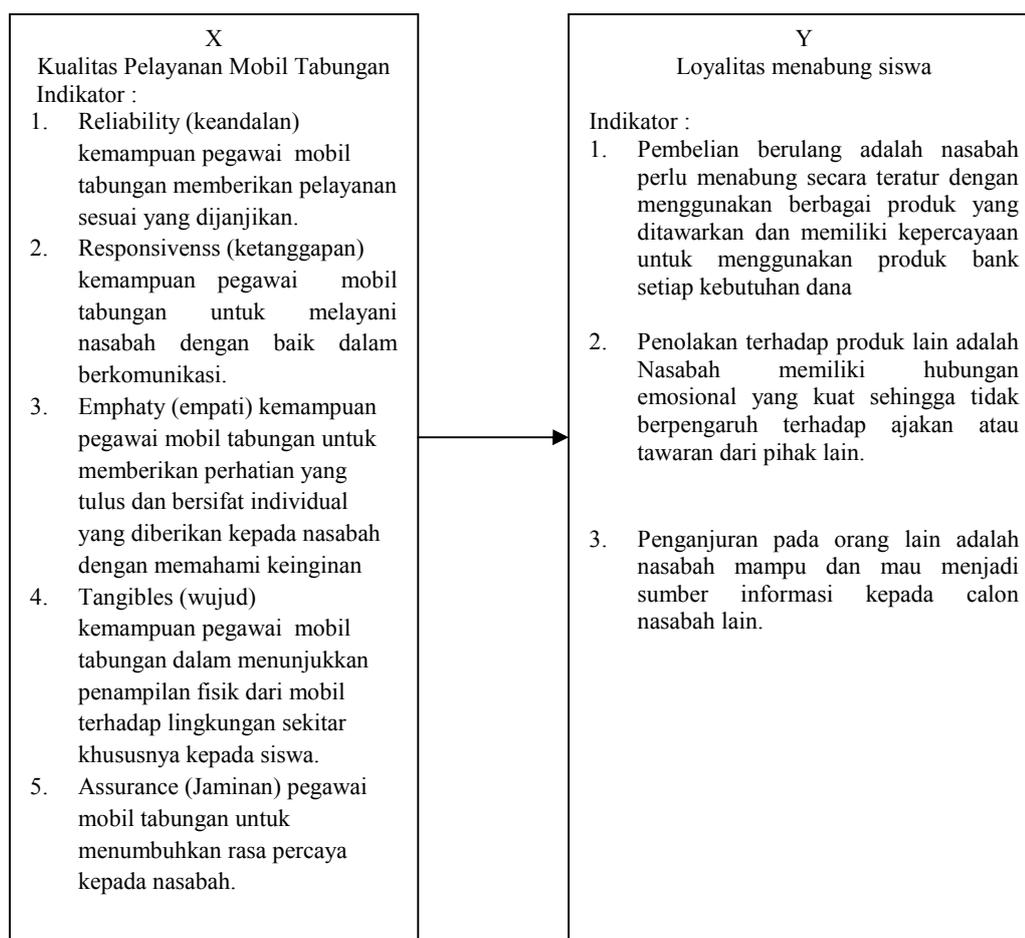
Namun kenyataan dilapangan loyalitas menabung siswa tetap tinggi dan hal ini tidak sesuai dengan teori kualitas pelayanan yang mana ketika kualitas pelayanan tersebut baik maka akan memberikan dorongan loyalitas kepada pelanggan dengan hasil yang baik dan begitu juga sebaliknya ketika kualitas pelayanan tidak baik maka akan mengurangi dorongan loyalitas kepada pelanggan dengan hasil yang tidak baik. Loyalitas menabung siswa dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya kualitas pelayanan. Faktor tersebut secara signifikan mempengaruhi loyalitas nasabah.

Secara teori kualitas pelayanan yang baik akan memberikan dorongan loyalitas kepada pelanggan dengan hasil yang baik begitu pun sebaliknya kualitas pelayanan yang tidak baik akan menghasilkan loyalitas yang tidak

¹⁸Hendri Tanjung dan Abrista Devi, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta: Gramata Publishing, 2013), hal.62

baik.¹⁹ Sifat hubungan ini juga berlaku untuk variabel kualitas pelayanan mobil tabungan terhadap loyalitas menabung siswa. Melalui teori yang ada, maka dapat dibuat kerangka berpikir sebagai berikut:

Gambar 2.1
Pengaruh Kualitas Pelayanan Mobil Tabungan Bank Muamalat Cabang Bengkulu Terhadap loyalitas Menabung Siswa



Sumber: Sugiyono ²⁰

Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa variabel X yang merupakan kualitas pelayanan mobil tabungan Bank Muamalat Cabang Bengkulu memiliki indikator tangibles, reliability, responsivenss, Assurance, Emphaty

¹⁹ Nina Rahmayanty, *Manajemen Pelayanan*.....hal.12

²⁰Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif dan R & D*,(Bandung: Alfabeta, 2014), hal.42

dapat memiliki pengaruh terhadap variabel Y yang merupakan loyalitas menabung siswa memiliki indikator pembelian berulang, penolakan terhadap produk lain dan penganjuran pada orang lain, yang diberi tandah panah merupakan pengaruh antara kualitas pelayanan mobil tabungan terhadap loyalitas menabung siswa.

C. Hipotesis penelitian

- Ho : Kualitas pelayanan mobil tabungan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas menabung siswa MAN 1 Model Kota Bengkulu
- Ha : Kualitas pelayanan mobil tabungan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas menabung siswa MAN 1 Model Kota Bengkulu

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*Field Reserch*) dengan pendekatan penelitian kuantitatif asosiatif yang bersifat membuktikan dan menemukan hubungan pengaruh variabel kualitas pelayanan mobil tabungan terhadap loyalitas menabung siswa.

B. Variabel dan Definisi Operasional

1. Kualitas Pelayanan Mobil Tabungan (X)

Merupakan suatu nilai atau ukuran yang diberikan oleh perusahaan (bank) terhadap pelanggan agar pelanggan dapat merasakan pelayanan yang diberikan sehingga dapat dinilai baik atau buruknya oleh pelanggan dari pelayanan yang diberikan oleh perusahaan (bank) tersebut. Adapun yang menjadi indikator dari kualitas pelayanan adalah:¹ (1) Keandalan (*Reability*) yaitu kemampuan perusahaan (Bank) untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan. Aspek ini mencakup diantaranya ketepatan waktu, ketepatan janji, konsisten dan kesesuaian antara biaya yang dibayar dengan dengan biaya telah ditetapkan. (2) Ketanggapan (*Responsivenss*) yaitu kemampuan bank untuk selalu menolong nasabah dan memberikan pelayanan yang tampak dan seberapa tanggap perusahaan dalam membantu memecahkan masalah nasabah yang

¹M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2012) hal.221

timbul. Aspek ini mencakup diantaranya kecepatan prosedur pelayanan, kecepatan menanggapi pengaduan klaim, pelayanan yang tepat dan ketersediaan untuk melayani nasabah dengan baik. (3) *Empaty (Empathy)* yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual yang diberikan kepada para nasabah dengan memahami keinginan nasabah. (4) Bentuk fisik (*Tangibles*) yaitu kemampuan perusahaan (Bank) dalam menunjukkan eksistensinya pada pelanggan. Aspek ini mencakup diantaranya perlengkapan yang dimiliki perusahaan seperti bentuk bangunan, tata ruang dan desain interior gedung merupakan bentuk fisik yang dapat menyakinkan nasabah dan penampilan pegawai seperti kerapian dalam berpakaian (5) Jaminan (*Asurance*), yaitu kemampuan pegawai bank untuk menumbuhkan rasa percaya para nasabah pada bank. Aspek ini mencakup diantaranya pengetahuan pegawai, keamanan dana, dan jaminan keselamatan kerja.

2. Loyalitas Nasabah (Y)

Merupakan gambaran dari kesetiaan pelanggan untuk terus berlangganan pada sebuah perusahaan dalam jangka panjang dengan membeli dan menggunakan barang dan jasanya secara berulang. Adapun indikator loyalitas nasabah adalah: (1) Pembelian berulang nasabah perlu menabung secara teratur (2) Penolakan terhadap produk lain. Nasabah memiliki hubungan emosional yang kuat sehingga tidak berpengaruh terhadap ajakan atau tawaran dari pihak lain (3) Penganjuran pada orang

lain. Nasabah mampu dan mau menjadi sumber informasi kepada calon nasabah lain.

C. Waktu dan Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di MAN 1 Model Kota Bengkulu. Bertempat di Jalan Cimanuk Km. 6.5 Bengkulu. Waktu penelitian yang dilakukan oleh penulis diperkirakan 9 (Sembilan bulan) mulai dari September 2014 sampai bulan Juni 2015. (Jadwal terlampir)

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi yang akan dijadikan sumber dalam penelitian ini adalah seluruh siswa MAN 1 Model Bengkulu kelas XII yang berjumlah 158 orang.²

2. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti.³ Adapun ukuran sampel yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan rumus slovin yaitu.⁴

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{158}{1 + (158)(0.05)^2}$$

$$= \frac{158}{1 + (158)(0.05)^2}$$

²Junaidi, *Humas MAN 1 Model Kota Bengkulu*, wawancara 18 oktober 2014

³Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hal.174

⁴Danang Sunyoto, *Metode dan Instrumen Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta: CAPS, 2013), hal.121

$$= \frac{158}{1,395}$$

$$= 113,26165 = 113 \text{ orang}$$

Dimana :

n = sampel yang ditentukan

N = Populasi

e = *Error tolerance*

Adapun teknik sampling menggunakan *Proportionate Stratified Random Sampling* karena perbedaan sifat dari populasi. Dengan alasan agar angket yang disebarakan dapat mewakili setiap jurusan yang ada pada pengambilan sampel dengan tingkat keakuratan yang baik.

Dengan menggunakan rumus:⁵

$$\text{Sampel}_1 = \frac{\text{Populasi}_1}{\text{Total populasi}} \times \text{Total Sampel}$$

Dalam penelitian saya ini akan menarik sampel sebanyak 113 orang dari suatu populasi siswa kelas XII MAN 1 Model Kota Bengkulu.

Tabel 3.1
Populasi kelas XII MAN 1 Model Kota Bengkulu

XII IPA	46 Orang
XII IPS	70 orang
XII BAHASA	20 orang
XII AGAMA	22 orang
Populasi Keseluruhan	158 orang

⁵Bambang Prasetyo, Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010), hal.128

Sampel XII IPA	46/158x113 =	33
Sampel XII IPS	70/158x113 =	50
Sampel XII BAHASA	20/158x113 =	14
Sampel XII AGAMA	22/158x113 =	16
Total		113 orang

E. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

1. Sumber Data

a. Data primer

Data primer dalam penelitian ini yaitu data yang diambil langsung sesuai jawaban dari siswa MAN 1 model Bengkulu. Data tersebut dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner atau daftar pertanyaan.

b. Data sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini yaitu data penunjang yang dibutuhkan untuk melengkapi data-data yang berkaitan dengan dengan penelitian ini seperti daftar jumlah siswa yang menabung, profil perusahaan, kepustakaan, literatur dan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan penelitian.

2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini agar mendapatkan data yang akurat adalah⁶:

- a. Wawancara yaitu teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari

⁶Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D* (Bandung : Alfabeta, 2007) hal.137-142

responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil dengan cara melakukan tanya jawab yang dilakukan secara langsung mengenai masalah penelitian kepada pihak sekolah. Pada teknik ini menggunakan instrumen seperti alat tulis.

- b. Kuesioner, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner tertutup dengan menggunakan skala pengukuran skala Likert yang terdiri dari pernyataan dan disertai jawaban dengan penilaian 5, 4, 3, 2, dan 1. Berikut tabel penilaian kuesioner.

Tabel 3.2
Skor Penilaian Kuisisioner

No	Variabel	Pernyataan	Nilai
1	Kualitas Pelayanan pada indikator <i>Reliability Responsivines</i> dan <i>Empathy</i>	Sangat Setuju	5
		Setuju	4
		kurang Setuju	3
		tidak Setuju	2
		Sangat Tidak Setuju	1
2	Kualitas Pelayanan pada indikator <i>Tangibility</i> , dan <i>Assurance</i>	Sangat Baik	5
		Baik	4
		Kurang Baik	3
		Tidak Baik	2
		Sangat Tidak Baik	1
3	Loyalitas Nasabah	Selalu	5
		Sering	4
		Pernah	3
		Hampir tidak pernah	2
		Tidak Pernah	1

Sumber : Sunarno⁷

⁷Ariyanti Sunarno, *Pengaruh kualitas pelayanan frontliner terhadap loyalitas nasabah pada bank BTN syariah cabang Bandung* (<http://elibrary.unisba.ac.id/files2/skr.11.12.06042.pdf>, diakses pada 29 oktober 2014)

F. Uji Coba Kuisisioner Penelitian

Uji coba kuisisioner menggunakan pengujian validitas dan reliabilitas agar angket yang dibuat benar-benar dapat digunakan untuk objek penelitian sesungguhnya.

G. Pengujian Kualitas Data

1. Pengujian Validitas Data

Pengujian validitas bertujuan untuk melihat ketepatan instrumen pengukur dalam penelitian. Adapun metode yang digunakan pada dalam uji validitas ini menggunakan *korelasi Corrected Item–Total Correlation*. Dengan kriteria pengujian sebagai berikut:⁸ Data dikatakan valid, jika r hitung $>$ r tabel. Data dikatakan tidak valid, jika r hitung $<$ r tabel.

2. Pengujian Realibilitas Data

Indeks yang digunakan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya/diandalkan. Realibilitas menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama, dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran teknik. *Cronbach Alpha*, dimana alat ukur dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* $>$ 0,50.⁹

3. Pengujian Normalitas

Setiap data yang baik adalah data yang terdistribusi normal yakni data yang didapatkan dari beberapa sampel yang berasal dari populasi yang sama, untuk mengetahui kenormalan data yang diperoleh maka peneliti menggunakan statistik dengan metode *Kolmogorov-Smirnov*, uji

⁸Lembaga Pendidikan Keterampilan Komputer IAIN Bengkulu, *Panduan Praktikum Semester IV : SPSS*, (Bengkulu: LPKK IAIN Bengkulu, 2012), hal.13

⁹Singgih Santoso, *Panduan lengkap Menguasai SPSS 16*, (Jakarta: PT. Elek Media Komputindo, 2008), hal.78

ini digunakan untuk membandingkan antara data yang diuji dengan data normal baku. Penerapan pengambilan keputusan uji normalitas adalah sebagai berikut:¹⁰ Data berdistribusi normal, jika nilai sig > α , dengan α (taraf kesalahan) yaitu 0,05 atau 5%. Data berdistribusi tidak normal, jika nilai sig < α , dengan α (taraf kesalahan) yaitu 0,05 atau 5%

4. Pengujian Homogenitas

Pengujian homogenitas dimaksudkan untuk memperlihatkan bahwa dua atau lebih kelompok data sampel berasal dari populasi yang memiliki variansi yang sama. Metode yang digunakan untuk uji homogenitas data dalam penelitian ini adalah dengan *Levene Test* yaitu *test of homogeneity of variance*. Untuk menentukan homogenitas digunakan kriteria sebagai berikut :¹¹ Jika Sig. > (5%) maka variansi setiap sampel sama (homogen). Jika Sig. < (5%) maka variansi setiap sampel tidak sama (tidak homogen).

H. Pengujian Hipotesis

1. Model Regresi Linear Sederhana

Model regresi linear sederhana yang digunakan dalam penelitian ini yaitu regresi linear sederhana karena penelitian ini terdiri satu variabel independen dan satu variabel dependen, dengan model regresi:

$$Y = \beta_0 + \beta_i X + e_i$$

¹⁰Sigit Suryontoro, *Mengolah Data Statistik Hasil Penelitian Menggunakan SPSS* (Yogyakarta: Andi, 2014), hal.40

¹¹Singgih Santoso, *Panduan Lengkap Menguasai SPSS 16*, (Jakarta: PT. Elek Media Komputindo, 2008), hal.200

Keterangan:

Y = Loyalitas Menabung

X = Kualitas Pelayanan

β_i = slope regresi

β_0 = Konstanta

e_i = Variabel pengganggu

2. Uji t

Uji t berfungsi untuk mengetahui apakah variabel Kualitas Pelayanan (X) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas menabung siswa MAN 1 Model Kota Bengkulu (Y). Nilai t hitung dalam penelitian ini yaitu melihat nilai *sig* (probabilitas) dan α , (taraf kesalahan) maka pengambilan keputusan berdasarkan nilai *sig* dalam uji t adalah sebagai berikut;¹² Jika $\text{Sig} > \alpha$ (5%) maka H_0 diterima sedangkan H_a ditolak. Jika $\text{Sig} < \alpha$ (5%) maka H_0 ditolak sedangkan H_a diterima.

3. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase kontribusi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas menabung.¹³ Perhitungan koefisien determinasi dilakukan pada hubungan antara (X) dengan (Y). Koefisien determinasi dilambangkan dengan R^2 .

¹²Mika Agus Widiyanto, *Statistika Terapan Konsep dan Aplikasi*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2013) hal.248

¹³Setiawan dan Dwi Endah Kusriani, *Ekonometrika* (Yogyakarta : Andi, 2010) hal.64

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Deskripsi Responden

Penyajian data deskriptif penelitian bertujuan untuk melihat profil dari data penelitian dan hubungan antar variabel yang digunakan dalam penelitian. Data deskriptif yang menggambarkan keadaan atau kondisi responden merupakan informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian. Responden dalam penelitian ini memiliki karakteristik sebagai berikut:

a. Jenis kelamin

Adapun data mengenai jenis kelamin responden siswa kelas XII adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Perempuan	71	62,8 %
Laki-laki	42	37,2 %
Total	113	100,0 %

Sumber: Lampiran 8

Berdasarkan tabel 4.1 bahwa jumlah responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 71 responden atau 62,8% sedangkan 42 responden atau 32,7 % adalah laki-laki. Artinya sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah perempuan.

b. Bidang ilmu

Tabel 4.2
Bidang Ilmu Responden

No	Bidang ilmu	Jumlah	Persentase (%)
1.	IPA	33	29,2 %
2.	IPS	50	44,2 %
3.	BAHASA	14	12,4 %
4.	AGAMA	16	14,2 %
Total		113	100,0 %

Sumber: Lampiran 8

Berdasarkan tabel 4.2 bahwa 29,2 % atau 33 responden berjurusan IPA, jurusan IPS sebesar 44,2 % atau 50 responden, sedangkan 12,4 % atau 14 responden berjurusan BAHASA dan 14,2 % atau 16 responden berjurusan AGAMA. Artinya bidang ilmu IPS masih tetap banyak diminati oleh siswa dari dulu sampai sekarang.

2. Profil Bank Muamalat Cabang Bengkulu

a. Sejarah

PT.Bank Muamalat Indonesia,Tbk didirikan pada 24 Rabiul Tsani 1412 H atau 1 November 1991, diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Pemerintah Indonesia, dan memulai kegiatan operasinya pada 27 Syawwal 1412 H atau 1 Mei 1992. Dengan dukungan nyata dari eksponen Ikatan Cendekiawan Muslim se-Indonesia (ICMI) dan beberapa pengusaha Muslim, pendirian Bank Muamalat juga menerima dukungan masyarakat, terbukti dari komitmen pembelian saham Perseroan senilai Rp 84 miliar pada saat penandatanganan akta pendirian Perseroan. Selanjutnya, pada acara

silaturahmi peringatan pendirian tersebut di Istana Bogor, diperoleh tambahan komitmen dari masyarakat Jawa Barat yang turut menanam modal senilai Rp 106 miliar.

Pada tanggal 27 Oktober 1994, hanya dua tahun setelah didirikan, Bank Muamalat berhasil menyandang predikat sebagai Bank Devisa. Pengakuan ini semakin memperkuat posisi Perseroan sebagai Bank Syariah pertama dan terkemuka di Indonesia dengan beragam jasa maupun produk yang terus dikembangkan.¹

Pada tanggal 18 September 2003 dibukalah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Bengkulu, yang kantornya terletak di Jl. S. Parman No.62 D Padang Jati Bengkulu. Dan sampai saat ini PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Bengkulu sudah mengalami beberapa kali pergantian Kepala Cabang (*Branch Manager*). Untuk periode pertama tahun 2003-2006 di pimpin oleh Bapak Okki Sukardia, 2006-2007 di pimpin oleh Bapak Imrad Amra, 2007-2010 di pimpin oleh Bapak Dendy Candra, dan pada tahun 2010-2015 di pimpin oleh Bapak Edi Santoso.²

¹Profil Bank Muamalat. <http://www.bankmuamalat.co.id/tentang/profil-muamalat>. di akses pada Minggu, 18 Februari 2015. pukul 20.30

²Data Dokumen Profil PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Bengkulu (diambil pada tanggal 18 Februari 2015 di Bank Muamalat Cabang Bengkulu)

b. Visi Misi Perusahaan

Adapun visi dan misi dari perusahaan adalah:³

1. Visi

Menjadi bank syari'ah utama di Indonesia, dominan di pasar spiritual, dikagumi di pasar rasional.

2. Misi

Menjadi *ROLE MODEL* Lembaga Keuangan Syari'ah dunia dengan penekanan pada semangat kewirausahaan, keunggulan manajemen dan orientasi investasi yang inovatif untuk memaksimalkan nilai bagi *stakeholder*.

c. Produk-Produk Pendanaan dan Jasa Bank Muamalat

1. Pendanaan (Giro Muamalat)

Giro Peorangan yaitu giro syariah dalam mata uang Rupiah dan US dollar yang memudahkan semua jenis kebutuhan transaksi bisnis maupun transaksi keuangan personal. Giro ini diperuntukkan perorangan dengan usia 18 tahun ke atas. Giro Institusi adalah Giro syariah dalam mata uang Rupiah dan US dollar yang memudahkan dan membantu semua jenis kebutuhan transaksi bisnis perusahaan. Giro ini diperuntukkan bagi institusi yang memiliki legalitas badan.

³Data Dokumen PT.Bank Muamalat Indonesia,Tbk Cabang Bengkulu (diambil pada tanggal 18 Februari 2015 di Bank Muamalat Cabang Bengkulu)

2. Tabungan Muamalat

- a) Tabungan Muamalat syariah dalam mata uang rupiah yang akan meringankan transaksi keuangan, memberikan akses mudah, serta manfaat yang luas. Tabungan muamalat kini hadir dengan dua pilihan kartu ATM/Debit yaitu kartu Shar-E Regular dan kartu Debit Shar-E Gold.
- b) Tabungan Muamalat Dollar Tabungan syariah dalam denominasi valuta asing US Dollar (USD) dan Singapore (SGD) uang yang ditujukan untuk melayani kebutuhan transaksi dan investasi yang lebih beragam, khususnya yang melibatkan mata uang USD dan SGD.
- c) Tabungan Haji Arafah Tabungan haji dalam mata uang rupiah yang dikhususkan bagi masyarakat muslim Indonesia yang berencana menunaikan ibadah haji.
- d) Tabungan Haji Arafah Plus Tabungan haji dalam mata uang rupiah yang dikhususkan bagi masyarakat muslim Indonesia yang berencana menunaikan ibadah haji secara regular maupun plus.
- e) Tabungan Muamalat Umroh Tabungan berencana dalam mata uang rupiah yang akan membantu mewujudkan impian untuk berangkat beribadah umroh.

- f) Tabungan-KU Tabungan syariah dalam mata uang rupiah yang sangat terjangkau dan semua kalangan masyarakat seras bebas biaya administrasi.
- g) Tabungan iB Muamalat Wisata Tabungan ini merupakan sebuah tabungan rencana yang didesain untuk memenuhi keinginan nasabah yang memiliki rencana untuk berwisata sehingga nasabah dapat merencanakan keinginannya tersebut dengan kemampuannya
- h) Tabungan iB Muamalat Prima Tabungan prioritas yang didesain bagi nasabah yang ingin mendapatkan bagi hasil yang tinggi bahkan setara dengan deposito.

3. Deposito

Deposito Muamalat Terbagi menjadi dua yaitu Deposito Mudharabah adalah deposito syariah dalam mata uang rupiah dan dollar yang fleksibel dan memberikan hasil investasi yang optimal. Deposito Fulinves adalah Deposito syariah dalam mata uang rupiah dan dollar yang fleksibel dan memberikan hasil investasi yang optimal serta perlindungan asuransi jiwa gratis. Merupakan jenis investasi yang dikhususkan bagi nasabah perorangan dengan jangkawaktu 6 dan 12 bulan

4. Pembiayaan

- a) KPR Muamalat iB adalah produk pembiayaan yang akan membantu untuk memiliki rumah (*ready stock/bekas*),

apartemen, ruko, rukan, kios maupun pengalihan *take-over* KPR dari bank lain.

- b) Auto Muamalat adalah produk produk pembiayaan yang akan membantu untuk memiliki kendaraan motor. Produk ini adalah kerjasama Bank Muamalat dengan Al-Ijarah Indonesia Finance (ALIF) dengan jangka waktu pembiayaan sampai dengan 5 tahun.
- c) Dana Talangan Porsi Haji adalah pinjaman dengan skema *al-qardhul hasan* yang ditujukan untuk membantu mendapatkan porsi keberangkatan haji lebih awal, meskipun saldo tabungan haji belum mencapai syarat pendaftaran porsi. Jangka waktu pembiayaan sampai dengan 15 bulan
- d) Pembiayaan Muamalat Umroh adalah produk pembiayaan yang akan membantu mewujudkan impian untuk beribadah umroh dalam waktu yang segera. Dengan jangka waktu pembiayaan sampai dengan 36 bulan.
- e) Pembiayaan Anggota Koperasi adalah pembiayaan konsumtif yang diperuntukkan bagi beragam jenis pembelian konsumtif kepada karyawan/guru/PNS (selaku *end user*) melalui koperasi.
- f) Pembiayaan Modal Kerja adalah produk pembiayaan yang akan membantu kebutuhan modal kerja usaha yang diberikan dalam rupiah maupun valuta asing sehingga kelancaran operasional dan rencana pengembangan usaha akan terjamin.

- g) Pembiayaan LKM Syariah adalah produk pembiayaan yang ditujukan untuk LKM Syariah (BPRS/BMT/Koperasi) yang hendak meningkatkan pendapatan dengan memperbesar portfolio pembiayaannya kepada nasabah atau anggotanya.
- h) Pembiayaan Rekening Koran Syariah adalah produk pembiayaan khusus modal kerja yang akan meringankan usaha dalam mencairkan dan melunasi pembiayaan sesuai kebutuhan dan kemampuan.
- i) KPR Muamalat IB Bisnis adalah produk pembiayaan yang akan membantu usaha untuk membeli, membangun ataupun merenovasi property maupun pengalihan take-over pembiayaan properti dari bank lain untuk kebutuhan bisnis.

5. Layanan

- a) Internasional Banking antarlain remittance BMI-MayBank adalah kiriman uang TKI di Malaysia ke Indonesia melalui seluruh counter MayBank dan penerima kiriman dapat mengambil dana secara cash di seluruh cabang Bank Muamalat Indonesia. Remittance BMI-BMMB adalah kiriman uang bagi TKI di Malaysia ke Indonesia melalui seluruh counter Bank Muamalat Malaysia Berhad kepada Nasabah Bank Muamalat Indonesia. Remittance BMI-NCB adalah kiriman uang bagi TKI di Arab Saudi ke Indonesia melalui seluruh counter PayQuick maupun fasilitas ATM *National Commercial Bank* kepada Nasabah Bank Muamalat Indonesia maupun Bank lain.

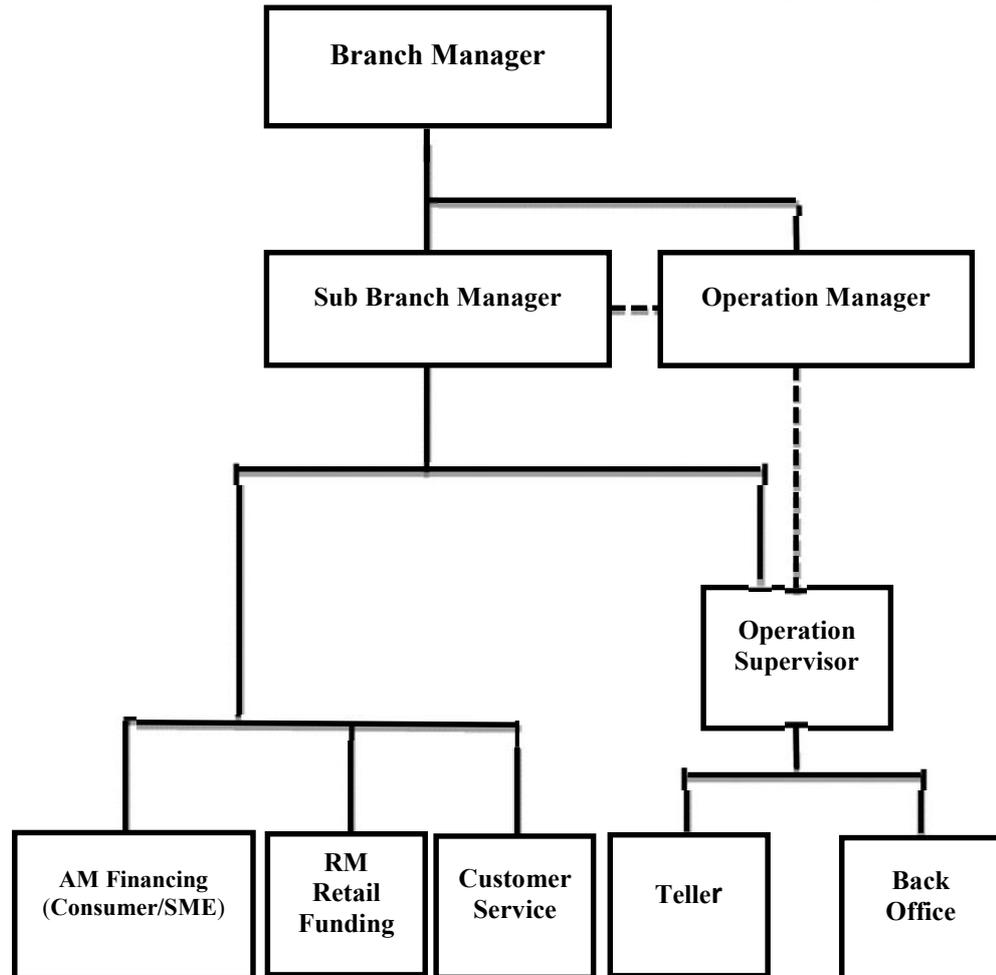
- b) Tabungan Nusantara adalah tabungan syariah yang dikelola dengan akad berbagi hasil dengan tambahan keuntungan kemudahan layanan *remittance*, sehingga selain menabung juga mudah melakukan transaksi *remittance*. Tabungan Nusantara merupakan tabungan yang bebas biaya administrasi (untuk saldo rata-rata tertentu)
- c) Trade Finance adalah jaminan pembayaran yang diberikan oleh bank atas permintaan Nasabahnya, kepada pihak penerima jaminan dalam hal nasabah yang dijamin tidak memenuhi kewajibannya kepada pihak penerima jaminan. Bank garansi merupakan fasilitas non dana yang diberikan Bank berdasarkan akad Kafalah bil Ujah.
- d) Ekspor merupakan layanan secara syariah, produk/layanan untuk eksportir didasarkan pada akad Al-Wakalah, Al Qard, maupun Al Hiwalah yang dapat digunakan dalam bentuk Advising L/C, Transfer L/C, Konfirmasi L/C, Negosiasi Wesel Ekspor, Collection dokumen L/C dan Collection dokumen non L/C
- e) Impor merupakan layanan secara syariah, produk/layanan untuk eksportir didasarkan pada akad Al -Wakalah, Al Qard, Al Kafalah, Al Murabahah maupun Al Hiwalah yang dapat digunakan dalam bentuk Issuing L/C, Amendment L/C, Realisasi L/C dan Inward Collection dokumen Impor non L/C.

- f) Transfer ke rekening Bank Muamalat ke rekening 72 bank yang tergabung di ATM BERSAMA dan 37 Bank yang tergabung di ATM BCA/PRIMA.
- g) Mobil pelayanan nasabah dengan sistem operasi dengan menjemput tabungan nasabah.
- h) Layanan 24 jam antara lain SMS Banking, SalaMuamalat, Muamalat Mobile, Internet Banking, PC Banking.

d. Struktur Organisasi PT. Bank Muamalat Indonesia,Tbk Cabang Bengkulu

Gambar 4.1
Struktur Organisasi Perusahaan

ORGANIZATION STRUCTURE OF SUB BRANCHES
PT.Bank Muamalat Indonesia,Tbk Cabang Bengkulu



Sumber: *Skema Stuktur Organisasi*⁴

⁴Data Dokumen PT.Bank Muamalat Indonesia,Tbk Cabang Bengkulu (Lampiran Surat Keputusan Direksi No.06/DIR/KPTS/II/2015)

e. *Jobs Description*

1. *Branch Manager*

- a. Pemimpin utama dan memiliki tanggung jawab atas segala sesuatu yang ada diperusahaan kantor cabang
- b. Menentukan arah dan tujuan perusahaan kantor cabang daerah dalam perencanaan jangka panjang
- c. Bertanggung jawab terhadap kualitas kinerja perusahaan kantor cabang daerah dalam perolehan pendapatan.

2. *Operational Manager*

- a. Menentukan kegiatan arah dan tujuan kegiatan operational perusahaan dalam jangka panjang.
- b. Membuat kebijakan-kebijakan dalam kegiatan operational perusahaan.
- c. Melakukan koordinasi dengan bagian *teller, costumer service, back office* dan operasional pembiayaan.
- d. Melakukan monitoring, evaluasi dan *review* terhadap pelaksanaan tugas-tugas pelayanan dibidang operational.

3. *Account Manager/Sub Branch Manager*

- a. Merumuskan strategi dan melakukan indentifikasi terhadap calon nasabah sesuai dengan target *market*.
- b. Melaksanakan pembinaan dan monitoring antar aktiva sehari-hari, memastikan perolehan laporan keuangan setiap semester (*intern*) serta tahunan (*audited*) serta memastikan usaha terus berjalan.
- c. Membuat laporan keuangan atas pencapaian pendapatan dari *account* yang *di-handle* untuk memastikan target pendapatan.

- d. Melakukan koordinasi dengan bagian *teller, costumer service, back office* dan operasi pembiayaan serta memberikan wewenang khusus, kemudian meminta pertanggungjawaban dalam pelaksanaan kegiatan kerja harian dari setiap bagian operasional.
- e. Bertanggung jawab atas semua kegiatan perusahaan yang telah dilaksanakan oleh perusahaan.

4. *Resident Audit/Sub Branch Manager*

- a. Verifikasi transaksi harian yang meliputi pemeriksaan keabsahan slip, kelengkapan paraf atau tanda tangan *maker, checker, approval* dan bukti pendukung transaksi serta dibukukan pada rekening yang sesuai
- b. Pemeriksaan transaksi dan saldo perkiraan/rekening selisih dan tolakan pada sistem komputerisasi.
- c. Mengecek jumlah slip yang terpakai dengan jumlah *slip* yang dicetak pada bagian logistik penyediaan *slip*.
- d. Memeriksa laporan keuangan harian untuk meyakinkan kelayakannya.
- e. Memeriksa *input* dan dokumen pembukuan rekening.

5. *Personalia/Operation Supervisor*

- a. Melaksanakan tugas ekspedisi surat menyurat dan kearsipan perusahaan.
- b. Mencatat semua jadwal pimpinan yang bersangkutan dengan perusahaan.
- c. Menyiapkan kebutuhan peralatan dan sarana sesuai standar yang telah ditetapkan.

6. Bagian operasional
 - a. *Teller*
 - b. *Customer service*
 - c. *Back office*
 - d. *RM Retail Funding*
 - e. *AM Financing*
7. Bagian Non *Banking Staff*
 - a. *Security*
 - b. *Driver*
 - c. *Office Boy / Girl*

B. Hasil Uji Coba Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Sebelum kuesioner ini digunakan, peneliti telah melakukan uji coba terhadap alat ukur yaitu uji validitas terhadap 30 responden di SMA 8 Negeri Kota Bengkulu. Alasan menggunakan Jumlah 30 responden merupakan jumlah yang telah memungkinkan pelaksanaan dan analisisnya.⁵

Untuk menguji kevalidan alat ukur digunakan perbandingan antara r hitung dengan r tabel. Berikut r tabel pada penelitian ini:

Tabel 4.3
Critical Value of Correlation (r tabel)

Num of XY Pair (N)	Deg. Of Freedom (N)	Coefiencie
		$\alpha = 0,05$
30	28	0,361

Sumber : Kasmadi dan Nia Sumairah (2013)

⁵Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan*..... hal.253

Pada tabel 4.3 menunjukkan bahwa dalam uji validitas ini responden (n) berjumlah 30 orang atau $n=30$ dengan *Coeficiente* pada $\alpha = 0,05$ dan r tabel sebesar 0,361. Hasil uji validitas dinyatakan valid atau tidak valid dengan syarat :⁶ Jika $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$. Maka alat ukur dinyatakan valid. Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$. Maka alat ukur dinyatakan tidak valid. Data hasil pengujian validitas variabel X direkap pada tabel berikut :

Tabel 4.4
Hasil Uji Coba Validitas Variabel X

No	Variabel	r hitung	r tabel	Keterangan
1	RELIABILITY			
	Pernyataan 1	0,701	0,361	Valid
	Pernyataan 2	0,690	0,361	Valid
	Pernyataan 3	0,579	0,361	Valid
	Pernyataan 4	0,445	0,361	Valid
	Pernyataan 5	0,674	0,361	Valid
2	RESPONSIVENESS			
	Pernyataan 1	0,473	0,361	Valid
	Pernyataan 2	0,481	0,361	Valid
	Pernyataan 3	0,785	0,361	Valid
	Pernyataan 4	0,477	0,361	Valid
	Pernyataan 5	0,746	0,361	Valid
3	EMPATY			
	Pernyataan 1	0,678	0,361	Valid
	Pernyataan 2	0,638	0,361	Valid
	Pernyataan 3	0,771	0,361	Valid
	Pernyataan 4	0,841	0,361	Valid
4	TANGIBLES			
	Pernyataan 1	0,843	0,361	Valid
	Pernyataan 2	0,414	0,361	Valid
	Pernyataan 3	0,402	0,361	Valid
	Pernyataan 4	0,756	0,361	Valid
	Pernyataan 5	0,647	0,361	Valid
5	ASSURANCE			
	Pernyataan 1	0,813	0,361	Valid
	Pernyataan 2	0,413	0,361	Valid

⁶Lembaga Pendidikan Keterampilanhal 13

Lanjutan tabel.....

	Pernyataan 3	0,716	0,361	Valid
	Pernyataan 4	0,593	0,361	Valid
	Pernyataan 5	0,669	0,361	Valid

Sumber: Lampiran 7

Berdasarkan tabel di atas maka diperoleh rentang r hitung sebesar 0,413 sampai 0,843 $>$ r tabel sebesar 0,361. Maka dapat disimpulkan alat ukur dinyatakan valid dan layak untuk dilanjutkan ke pengujian reliabilitas.

Data hasil pengujian validitas variabel Y direkap pada tabel 4.5 berikut ini:

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Coba Variabel Y

LOYALITAS	r hitung	r tabel	Keterangan
Pernyataan 1	0,602	0,361	Valid
Pernyataan 2	0,445	0,361	Valid
Pernyataan 3	0,646	0,361	Valid
Pernyataan 4	0,661	0,361	Valid

Sumber: Lampiran 7

Berdasarkan tabel di atas maka diperoleh rentang r hitung sebesar 0,445 sampai 0,661 $>$ r tabel sebesar 0,361, maka alat ukur dinyatakan valid dan layak untuk dilanjutkan ke pengujian reliabilitas.

2. Uji reliabilitas

Setelah melakukan uji validitas peneliti melanjutkan uji realibilitas. Berikut tabel hasil uji realibilitas.

Tabel 4.6
Hasil Uji Coba Reliabilitas

	Cronbach's Alpha	N of Items	$\alpha = 0,50$	Keterangan
$X_{.Rb}$	0,793	5	0,50	Reliabel
$X_{.Rv}$	0,768	5	0,50	Reliabel
$X_{.E}$	0,853	4	0,50	Reliabel

Lanjutan tabel.....

X _A	0,770	5	0,50	Reliabel
X _T	0,802	5	0,50	Reliabel
Y	0,737	4	0,50	Reliabel

Sumber: Lampiran 7

C. Hasil Uji Kualitas Data Penelitian

1. Uji Validitas

Untuk menguji kevalidan alat ukur digunakan perbandingan antara r hitung dengan r tabel. Berikut r tabel pada penelitian ini:

Tabel 4.7
Critical Value of Correlation (r tabel)

Num of XY Pair (N)	Deg. Of Freedom (N)	Coeficiente
		$\alpha = 0,05$
113	111	0,185

Sumber : Kasmadi dan Nia Sumairah (2013)

Pada tabel di atas menunjukkan bahwa dalam penelitian ini $n=113$ dengan *Coeficiente* pada $\alpha = 0,05$ dan r tabel sebesar 0,185. Hasil uji validitas dinyatakan valid atau tidak valid dengan syarat:⁷ Jika r hitung $>$ r tabel, maka alat ukur dinyatakan valid. Jika r hitung $<$ r tabel, maka alat ukur dinyatakan tidak valid. Data hasil pengujian validitas variabel X direkap pada tabel 4.8 berikut :

⁷Lembaga Pendidikan Keterampilan Komputer IAIN Bengkulu, *Panduan Praktikum Semester IV : SPSS*, (Bengkulu: LPKK IAIN Bengkulu, 2012),hal 13

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X)

No	Kualitas Pelayanan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	RELIABILITY			
	Pernyataan 1	0,437	0,185	Valid
	Pernyataan 2	0,420	0,185	Valid
	Pernyataan 3	0,346	0,185	Valid
	Pernyataan 4	0,443	0,185	Valid
	Pernyataan 5	0,304	0,185	Valid
2	RESPONSIVENESS			
	Pernyataan 1	0,499	0,185	Valid
	Pernyataan 2	0,488	0,185	Valid
	Pernyataan 3	0,452	0,185	Valid
	Pernyataan 4	0,312	0,185	Valid
	Pernyataan 5	0,583	0,185	Valid
3	EMPATY			
	Pernyataan 1	0,891	0,185	Valid
	Pernyataan 2	0,869	0,185	Valid
	Pernyataan 3	0,891	0,185	Valid
	Pernyataan 4	0,883	0,185	Valid
4	TANGIBLES			
	Pernyataan 1	0,617	0,185	Valid
	Pernyataan 2	0,261	0,185	Valid
	Pernyataan 3	0,569	0,185	Valid
	Pernyataan 4	0,533	0,185	Valid
	Pernyataan 5	0,652	0,185	Valid
5	ASSURANCE			
	Pernyataan 1	0,600	0,185	Valid
	Pernyataan 2	0,593	0,185	Valid
	Pernyataan 3	0,540	0,185	Valid
	Pernyataan 4	0,372	0,185	Valid
	Pernyataan 5	0,567	0,185	Valid

Sumber: Lampiran 9

Berdasarkan tabel di atas maka diperoleh rentang r hitung sebesar 0,261 sampai 0,891 > r tabel sebesar 0,185, maka alat ukur dinyatakan valid dan layak untuk dilanjutkan ke pengujian reliabilitas.

Data hasil pengujian validitas variabel Y direkap pada tabel 4.9 berikut ini:

Tabel 4.9
Hasil Uji Validitas Loyalitas Menabung (Y)

LOYALITAS	r hitung	r tabel	Keterangan
Pertanyaan 1	0,741	0,185	Valid
Pertanyaan 2	0,613	0,185	Valid
Pertanyaan 3	0,640	0,185	Valid
Pertanyaan 4	0,738	0,185	Valid

Sumber: Lampiran 9

Berdasarkan tabel di atas maka diperoleh rentang r hitung sebesar 0,613 sampai 0,741 > r tabel sebesar 0,185, maka alat ukur dinyatakan valid dan layak untuk dilanjutkan ke pengujian reliabilitas

2. Uji Reliabilitas

Konsistensi alat ukur yang digunakan dalam uji reliabilitas ini memiliki kriteria apabila suatu indikator dinyatakan reliabel dengan syarat:⁸ Jika Cronbach's Alpha > 0,50 , maka dinyatakan reliabel. Jika Cronbach's Alpha < 0,50 , maka dinyatakan tidak reliabel. Data hasil pengujian reliabilitas direkap pada tabel 4.10 berikut ini :

Tabel 4.10
Hasil Uji Reliabilitas

	Cronbach's Alpha	N of Items	$\alpha = 0,50$	Keterangan
X _{.Rb}	0,565	5	0,50	Reliabel
X _{.Rv}	0,659	5	0,50	Reliabel
X _{.E}	0,945	4	0,50	Reliabel
X _{.A}	0,712	5	0,50	Reliabel
X _{.T}	0,731	5	0,50	Reliabel
Y	0,815	4	0,50	Reliabel

Sumber: Lampiran 9

⁸Hendry, *Reliabilitas Instrumen*, <http://teorionline.net/reliabilitas-instrumen>, (20 September 2012).

Berdasarkan tabel di atas maka dapat diperoleh rentang: *Cronbach's Alpha* sebesar 0,565 sampai 0,945 > 0,50 maka dinyatakan reliabel dan layak untuk dilanjutkan ke pengujian normalitas data.

3. Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah sampel yang diambil berasal dari populasi yang sama atau terdistribusi normal. Pengujian normalitas data dilakukan dengan digunakan adalah teknik *kolmogorof Smirnov*. Kriteria pengujian normalitas yaitu:⁹ Jika nilai Signifikansi > 0,05 maka data berdistribusi normal. Jika nilai Signifikansi < 0,05 maka data berdistribusi tidak normal.

Data hasil pengujian normalitas direkap pada tabel berikut:

Tabel 4.11
Rekapitulasi Uji Normalitas

Variabel	Data hasil uji	Taraf kesalahan 5% ($\alpha = 0,05$)	Pernyataan Normalitas jika Sig > $\alpha = 5\%$
Loyalitas Menabung (Y)	0.053	0,05	Normal
Kualitas Pelayanan (X)	0.200	0,05	Normal

Sumber: Lampiran 10

Berdasarkan tabel 4.11 diperoleh nilai signifikansi seluruh variabel lebih dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh variabel berdistribusi normal dan layak untuk dilanjutkan ke pengujian kualitas data selanjutnya yaitu uji homogenitas data.

⁹Sigit Suryontoro, *Mengolah Data Statistik Hasil Penelitian Menggunakan SPSS* (Yogyakarta: Andi, 2014), hal 40

4. Uji Homogenitas

Pengujian homogenitas yang dilakukan untuk mengetahui perbandingan antara varians variabel X terhadap varians variabel Y secara berpasangan. Teknik analisis yang digunakan yaitu *Levene test*.

Dengan Kriteria homogenitas varians adalah:¹⁰ Jika nilai signifikansi > 0,05 maka varians homogen. Jika nilai signifikansi < 0,05 maka varians tidak homogen.

Tabel 4.12
Rekapitulasi Uji Homogenitas Varians

Variabel	Nilai Sig	Taraf kesalahan 5% ($\alpha = 0,05$)	Pernyataan Homogenitas jika Sig > $\alpha = 0,05$
X	0.541	0,05	Homogen

Sumber: Lampiran 10

Berdasarkan tabel 4.12 diperoleh di peroleh angka signifikansi (sig) > α (alpha) 0,05 untuk setiap variabel penelitian. Maka dapat dikatakan data penelitian berasal dari sampel yang memiliki varians yang sama (homogen) dan layak untuk dilanjutkan ke pengujian hipotesis.

D. Hasil Penelitian

1. Model Regresi Linear Sederhana

Dari hasil pengolahan data model regresi linear sederhana menggunakan SPSS versi 16 dapat dilihat sebagai berikut:

¹⁰Singgih Santoso, *Panduan Lengkap Menguasai SPSS 16*, (Jakarta: PT. Elek Media Komputindo, 2008), hal 200

Tabel 4.13
Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Standar Error
Constant	2,046	0,593
Kualitas Pelayanan (X)	0,367	0,155

Sumber: Lampiran 11

Berdasarkan tabel 4.13 diperoleh persamaan garis regresinya sebagai berikut: $Y = 2,046 + 0,367 X + e_i$.

Hasil perhitungan yang telah dilakukan menghasilkan suatu persamaan menunjukkan besarnya nilai X merupakan regresi yang diestimasi sebagai berikut :

- 1) Nilai konstanta (β_0) sebesar 2,046 artinya apabila variabel kualitas pelayanan (X) dalam keadaan konstanta atau 0 , maka loyalitas Menabung (Y) nilainya sebesar 2,046.
- 2) B_1 (Koefisien regresi pelayanan) sebesar 0,367 artinya setiap kenaikan satu variabel X maka nilai variabel Y akan naik sebesar 0,367 tindakan.

2. Uji t

Uji t bertujuan untuk mengetahui apakah variabel kualitas pelayanan mobil tabungan (X) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas menabung siswa MAN 1 Model Kota Bengkulu (Y). Hasil pengujian dapat dijelaskan pada tabel 4.14 dibawah ini :

Tabel 4.14
Hasil pengujian Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Menabung

Variabel	Coefficients	t	Sig	Alpha (α)	Hasil
Kualitas Pelayanan (X)	0,155	2,369	0,020	0,05	Ha Diterima

Sumber: Lampiran 11

Berdasarkan tabel 4.14 nilai signifikan pada $0,020 < \alpha = 0,05$ dan dapat disimpulkan H_a yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas menabung diterima, karena Hipotesis alternatif pada $\alpha = 0,05$ atau 5%, dan *Confidence Interval* sebesar 95% yang artinya taraf kepercayaan dari 113 responden menyatakan bahwa kualitas berpengaruh signifikan terhadap loyalitas menabung.

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah. Untuk menghitung koefisien determinasi dapat dilakukan dengan menggunakan regression linear yakni uji *Model Summary* yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.15
Hasil Pengujian Koefisien Determinasi

Model	R	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>
1	0,219	0,048	0,040

Sumber: Lampiran 11

Pada tabel di atas, maka diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,048. Hal ini menyatakan bahwa variabel bebas yaitu kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas menabung sebesar 0,048 atau 4,8 % . Sedangkan sisanya sebesar 95.2 % dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini seperti Penanganan complain dan Citra.

E. Pembahasan

Berdasarkan pengujian data menggunakan statistik mendapatkan hasil Sig sebesar 0,020 lebih kecil dari α sebesar 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a yang menyatakan kualitas pelayanan mobil tabungan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas menabung siswa MAN 1 Model Kota Bengkulu diterima. Artinya kualitas pelayanan yang baik akan memberikan dorongan loyalitas kepada pelanggan dengan hasil yang baik begitu pun sebaliknya kualitas pelayanan yang tidak baik akan menghasilkan loyalitas yang tidak baik.

Selain uji statistik yang telah dilakukan dibuktikan kebenarannya dengan melihat fakta-fakta di lapangan. Pegawai mobil tabungan Bank Muamalat Cabang Bengkulu telah memberikan pelayanan yang baik dilihat dari kenyataan di lapangan: karyawan mobil tabungan konsisten dalam menerapkan biaya administrasi perbulan, memberikan pelayanan yang cepat

dalam melayani nasabah, memberikan perhatian individu kepada nasabah, kebersihan mobil tabungan Bank Muamalat Cabang Bengkulu yang baik, jaminan ketersediaan dana yang baik pada saat nasabah butuh. Dapat dilihat dari pernyataan-pernyataan yang terdapat di dalam kuesioner seperti pernyataan no 4 pada indikator reliabel, yang menyatakan “Karyawan mobil tabungan sangat konsisten dalam menerapkan biaya administrasi perbulan” hasilnya dari 113 responden yang menyatakan kategori setuju 40 responden atau 35,4% (Lihat Lampiran 12). Pernyataan selanjutnya yaitu pernyataan no 4 pada indikator Responsivenss yang menyatakan “Karyawan mobil tabungan memberikan pelayanan yang cepat dalam melayani nasabah“ Hasilnya dari 113 responden menyatakan kategori setuju 68 responden atau 60,2% (Lihat Lampiran 12). Adapun pernyataan selanjutnya pada indikator empati pada pernyataan no 4 “ Karyawan mobil tabungan memberikan perhatian individu” Hasilnya dari 113 responden yang menyatakan setuju 64 responden atau 56,6% (Lihat Lampiran 12). Kemudian pernyataan no 2 Tangibles yang menyatakan “Kebersihan mobil tabungan Bank Muamalat Cabang Bengkulu” Hasilnya dari 113 responden yang menyatakan baik 57 responden atau 50,4% (Lihat Lampiran 12). Selanjutnya pada pernyataan no 4 pada indikator assurance yang menyatakan “ Jaminan ketersediaan dana pada saat anda butuh” Hasilnya dari 113 responden yang menyatakan baik 71 responden atau 62,8 % (Lihat Lampiran 12). Sedangkan untuk pernyataan yang berkaitan dengan loyalitas menabung siswa dengan pernyataan “Anda menabung secara

teratur” hasilnya dari 113 responden yang menjawab selalu mencapai 57 responden atau 50,4% (Lihat Lampiran 12).

Hal ini juga dibuktikan sejalan dengan penelitian Sunarno dan Satriyanti yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Bank BTN syariah Cabang Bandung dan Bank Muamalat Cabang Surabaya. Berdasarkan pengujian data menggunakan statistik mendapatkan hasil Sig sebesar $0,033 < 0,050$ dan sig sebesar $0,000 < 0,050$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a yang menyatakan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah diterima. Fakta-fakta tersebut membuktikan bahwa fakta yang ada dilapangan dapat menjelaskan keterkaitan pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas menabung sesuai dengan teori.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan uji statistik yang dilakukan terkait pengaruh kualitas pelayanan mobil tabungan Bank Muamalat Cabang Bengkulu terhadap loyalitas menabung siswa MAN 1 Model Kota Bengkulu. Maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan mobil tabungan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas menabung siswa MAN 1 Model Kota Bengkulu karena nilai signifikansi $0.020 < \alpha = 0.05$ maka H_a diterima dan H_o ditolak dan kualitas pelayanan mobil tabungan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas menabung siswa MAN 1 Model Kota Bengkulu $\alpha = 5\%$ atau confidence interval sebesar 95 %.
2. Kualitas pelayanan mobil tabungan mempengaruhi loyalitas menabung siswa MAN 1 Model Kota Bengkulu, sebesar 0,048 atau 4,8 %. Sedangkan 95,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini seperti penanganan Komplain dan citra.

B. Saran

Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi berbagai pihak sebagai sebuah masukan yang bermanfaat demi kemajuan kehidupan di masa mendatang.

Adapun pihak-pihak tersebut, antara lain:

1. Bagi Bank Muamalat Cabang Bengkulu

Sebagai pengambilan kebijakan terhadap kualitas pelayanan mobil tabungan.

2. Bagi MAN 1 Model Kota Bengkulu

Sebagai sumber informasi dalam peningkatan kerjasama dengan pihak perbankan Syariah.

3. Bagi akademisi

Untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk meneruskan penelitian ini dengan kualitas pelayanan mobile banking.

Lampiran

DAFTAR PUSTAKA

- Al Arif, M.Nur Rianto. 2012. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Alma, Buchari. 2007. *Manajemen Bisnis Berbasis Hasil Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Alma, Buchari dan Donni Juni Priansa. 2009. *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asmara,Toto. 2010. *Membudayakan Etos Kerja Islami*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Dwi Endah Kusriani dan Setiawan. 2010. *Ekonometrika*. Yogyakarta : Andi.
- Evi oktaviani satriyanti. “Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah bank Muamalat cabang Surabaya” (<http://journal.perbanas.ac.id/index.php/jbb/article/download/172/123> diakses pada 29 oktober 2014).
- Gudang doa.“*Bisnis dan Berdagang Ala Nabi Muhammad*”, <http://gudangdoa.blogspot.com/2013/06/bisnis-dan-berdagang-ala-nabimuhammad.html>. pada 29 oktober 2014.
- Hasan.Ali, 2010.*Marketing Bank Syariah*, Bogor: Ghalia.
- Iska, Syukri. 2012. *Sistem Perbankan Syariah Di Indonesia*. Yogyakarta: Fajar Media Press.
- Hendry. *Reliabilitas Instrumen* <http://teorionline.net/reliabilitas-instrumen>. (20 September 2012).
- Hurriyati, Ratih. 2005. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Jasfar, Farida. 2012. *Teori dan Aplikasi 9 Kunci Keberhasilan Bisnis Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

- Junaidi, Humas MAN 1 model Kota Bengkulu, wawancara pra penelitian pada 18 oktober 2014.
- Kotler, Philip dan Armstrong. 2000. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Prehalindo.
- Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran: Analisis Perencanaan dan Implementasi dan Kontrol*. Jakarta: Erlangga.
- Laksana, 2008. *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Lembaga Pendidikan Keterampilan Komputer IAIN Bengkulu, *Panduan Praktikum Semester IV : SPSS*. Bengkulu: LPKK IAIN Martono, Nanang. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Rajawali Pers, 2012.
- Prasetyo, Bambang dan Lina Miftahul Jannah. 2010 *Metodologi Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Profil Bank Muamalat.
<http://www.bankmuamalat.co.id/tentang/profil-muamalat>.di akses pada Minggu, 18 Februari 2015. pukul 20.30
- Rahmayanty, Nina. 2013. *Manajemen Layanan Prima*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ridwan, *Kualitas Pelayanan Dalam Islam*
diakses <http://ridwan202.wordpress.com/2013/02/11/kualitas-pelayanan-dalam-islam/> pada 29 oktober 2014.
- Rivai, Veithzal. 2012, *Islamic Marketing Membangun dan Mengembangkan Bisnis Dengan Praktik Marketing Rasulullah SAW*. Jakarta: Gramedia Utama.
- Santoso, Singgih. 2008. *Panduan Lengkap Menguasai SPSS 16*. Jakarta: PT. Elek Media Komputindo.
- Sinar Sejuk, *Kualitas Pelayanan Terhadap Konsumen*
(<https://sebuahsejuk.wordpress.com/2011/09/10/kualitas-pelayanan-terhadap-kepuasan-konsumen/> diakses 29 oktober 2014).
- Sugiyono. 2014. *Cara Mudah Menyusun Skripsi, Thesis, dan disertasi*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif dan R & D*, Bandung: Alfabeta.

Sumarwan, Ujang. 2013. *Riset Pemasaran dan Konsumen*. Bogor: PT. Penerbit IPB Press.

Sunarno, Ariyanti. *Pengaruh kualitas pelayanan frontliner terhadap loyalitas nasabah pada bank BTN syariah cabang Bandung*
(<http://elibrary.unisba.ac.id/files2/skr.11.12.06042.pdf>, diakses pada 29 oktober 2014)

Sunyoto, Danang. 2013. *Metode dan Instrumen Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: CAPS.

Suryontoro, Sigit, 2014. *Mengolah Data Statistik Hasil Penelitian Menggunakan SPSS*, Yogyakarta: Andi.

Tanjung, Hendri dan Abrista Devi. 2013. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*. Jakarta: Gramata Publishing.

Tjiptono, Fandy. 2002. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.

Widianto, Mika Agus. 2013. *Statistika Terapan Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

PERNYATAAN JAWABAN DARI RESPONDEN

RELIABEL_P5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	2.7	2.7	2.7
	3	35	31.0	31.0	33.6
	4	40	35.4	35.4	69.0
	5	35	31.0	31.0	100.0
	Total	113	100.0	100.0	

RESPONSIVENS_P4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	17	15.0	15.0	15.0
	4	68	60.2	60.2	75.2
	5	28	24.8	24.8	100.0
	Total	113	100.0	100.0	

EMPATI_P4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	.9	.9	.9
	3	34	30.1	30.1	31.0
	4	64	56.6	56.6	87.6
	5	14	12.4	12.4	100.0
	Total	113	100.0	100.0	

TANGIBLES_P2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	1.8	1.8	1.8
	3	19	16.8	16.8	18.6
	4	57	50.4	50.4	69.0
	5	35	31.0	31.0	100.0
	Total	113	100.0	100.0	

ASSURANCE_P4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	1.8	1.8	1.8
	3	14	12.4	12.4	14.2
	4	71	62.8	62.8	77.0
	5	26	23.0	23.0	100.0
	Total	113	100.0	100.0	

LOYALITAS_P2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	6	5.3	5.3	5.3
	3	57	50.4	50.4	55.8
	4	28	24.8	24.8	80.5
	5	22	19.5	19.5	100.0
	Total	113	100.0	100.0	