# SKRIPSI

# ANALISIS TINGKAT KEPUASAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH DALAM MENGGUNAKAN PRODUK DEPOSITO PADA PT. BANK MUAMALAT INDONESIA CABANG BANDA ACEH


**Disusun Oleh:**

**NONONG AFNI**
**NIM. 160603233**



**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH**
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY**
**BANDA ACEH**
**2022 M/1443 H**

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini :

| | |
|---|---|
| Nama | : Nonong Afni |
| NIM | : 160603233 |
| Program Studi | : Perbankan Syariah |
| Fakultas | : Ekonomi dan Bisnis Islam |

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

1. ***Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.***
2. ***Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.***
3. ***Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.***
4. ***Tidak melakukan pemanipulasian dan pemalsuan data.***
5. ***Menyerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.***

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 06 Januari 2022
Yang Menyatakan,

Nonong Afni

**PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

**Analisis Tingkat Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Menggunakan Produk Deposito Pada PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Banda Aceh**

Disusun Oleh:

Nonong Afni
NIM. 160603233

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah memenuhi syarat penyelesaian studi pada
Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

| Pembimbing I, | Pembimbing II, |
|---|---|
| Inayatillah, MA., Ek | Dara Amanatillah, M,Sc.Fin |
| NIP. 198208042014322002 | NIDN. 2022028705 |

Mengetahui
Ketua Program Studi Perbankan Syariah,

Dr. Nevi Hasnita, S.Ag.,M.Ag.
NIP. 197711052006042003

**PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

**Analisis Tingkat Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Menggunakan Produk Deposito Pada PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Banda Aceh**

Nonong Afni
NIM. 160603233

Telah Disidangkan oleh Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh
dan Dinyatakan Lulus serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat untuk
Menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S-1) dalam Bidang
Perbankan Syariah

Pada Hari/Tanggal: Kamis, 06 Januari 2022 M
04 Jumadil Akhir 1443 H

Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Skripsi

| | |
|---|---|
| Ketua, | Sekretaris, |
| Inayatillah, MA.,Ek | Dara Amanatillah, M,Sc.Fin |
| NIP. 198208042014033200 2 | NIDN. 2022028705 |
| Penguji I, | Penguji II, |
| T. Syifa Faridzha Nanda S.E.,M.Acc.,Ak | Evriyenni,SE.,M.SI.,CTT |
| NIDN. 20221118501 | NIDN. 2013048301 |

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh,

Dr. Zaki Fuad, M.Agr
NIP. 196403141992031003

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN
Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922
Web:www.library.ar-raniry.ac.id, Email:library@ar-raniry.ac.id

## FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Nonong Afni
NIM : 160603233
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
E-mail : 160603233@student.ar-raniry.ac.id

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah:

☐ Tugas Akhir ☐ KKU ☐ Skripsi ☐ .....

yang berjudul:

**Analisis Tingkat Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Menggunakan Produk Deposito Pada PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Banda Aceh**

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh
Pada tanggal : 06 Januari 2022

Mengetahui,

| Penulis, | Pembimbing I, | Pembimbing II, |
|---|---|---|
| Nonong Afni | Inayatillah, MA.,Ek | Dara Amanatillah, M.Sc.Fin |
| NIM: 160603233 | NIP. 198208042014033202 | NIDN. 2022028705 |

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*"Wahai orang-orang yang beriman! Apabila dikatakan kepadamu, "Berilah kelapangan di dalam majelis-majelis, maka lapangkanlah, niscaya Allah akan memberi kelapangan untukmu. Dan apabila dikatakan, "Berdirilah kamu," maka berdirilah, niscaya Allah akan mengangkat (derajat) orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu beberapa derajat. Dan Allah Mahateliti apa yang kamu kerjakan*" (Al- Mujadalah: 11)

Segala puji bagi Allah yang Maha Sempurna dengan memohon keberkahan dan keridhoan-Nya kupersembahkan karya kecil ini sebagai tanda cinta dan kasih sayangku kepada kedua orang tua tercinta, terima kasih kepada ibu dan Ayah atas segala doa dan dukungannya. Serta sahabat-sahabat yang telah memberikan semangat tiada henti untuk penyelesaian karya tulis ini.

*Jazaakumullahu Khaira.*

جامعة الرانري
AR-RANIRY

# KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, dimana dengan berkat rahmat Allah SWT yang telah memberikan kesehatan dan kesempatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat beserta salam kepada Nabi Muhammad SAW. Rasulullah terakhir yang diutus dengan membawa syari‟ah yang mudah, penuh rahmat, dan yang telah membawa peradaban dari alam jahiliyah (kebodohan) ke alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan.

Dengan izin Allah SWT serta bantuan semua pihak penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul "**Analisis Tingkat Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah dalam Menggunakan Produk Deposito pada PT. Bank Muamalat Indonesia cabang Banda Aceh"**. Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Penulis telah berusaha semaksimal mungkin sesuai dengan kemampuan yang ada agar skripsi ini dapat tersusun sesuai harapan. Sesuai dengan fitrahnya, manusia diciptakan Allah sebagai makhluk yang tak luput dari kesalahan dan kekhilafan, maka dalam skripsi yang penulis susun ini belum mencapai tahap kesempurnaan. Alhamdulillah dengam izin Allah SWT skripsi ini dapat terselesaikan, dalam proses penyelesaian skripsi ini tentunya tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak terkait yang Allah titipkan dengan

hati yang tulus dan ikhlas membantu. Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Zaki Fuad, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry, Dr. Hafas Furqani. M.Ec selaku wakil Dekan II dan Dr. Analiansyah, MA selaku wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Dr. Nevi Hasnita, S.Ag. selaku ketua Program Studi Perbankan Syariah dan Ayumiati, S.E., M.Si. selaku Sekretaris Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Banda Aceh.
3. Muhammad Arifin, Ph.D selaku ketua Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
4. Inayatillah, MA. Ek selaku pembimbing 1 (satu) yang telah berkenan meluangkan waktu dan mencurahkan ilmu pengetahuannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik
5. Dara Amanatillah, M.Sc.Fin selaku pembimbing 2 (dua) yang telah berkenan meluangkan waktu dan mencurahkan ilmu pengetahuannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Dr. Analiansyah, MA selaku Penasehat Akademik, dan kepada seluruh dosen, Pegawai dan staf Fakultas Ekonomi

dan Bisnis Islam serta pegawai perpustakaan utama dengan adanya fasilitas ruang baca yang memudahkan penulis untuk mengadakan studi kepustakaan.

7. Pimpinan dan seluruh staf karyawan PT. Bank Muamalat Syariah cabang Banda Aceh yang telah menerima penulis melakukan penelitian dan mau membantu memberikan data yang diperlukan penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Kedua orang tua yang sangat saya cintai dan saya sayangi. Ayahanda Zainun P dan ibunda Rukiah yang selalu mendo'akan saya di sepertiga malamnya memberikan dukungan moral maupun materil dan semangat yang tak henti-hentinya dengan setulus hati untuk kesuksesan anaknya. Tanpa do'a dari kedua orang tua mungkin penulis tidak bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik, dan terimaksih kepada Abang kandung Farkhan, kakak kandung Timuria dan adik saya Rasyedia Nurhayati yang sangat saya cintai sehingga memicu semangat pantang menyerah saya dalam proses penyelesaian skripsi ini, serta keluarga besar yang selalu mendoakan dan memberikan semangat sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Sahabat dan teman-teman seperjuangan. Kak Siti Kasdum yang sudi membantu penulis dengan ketulusan hatinya dan memberikan semangat kepada penulis. Misnaya, Deva Wahyuni, Novi, Mundasari dan Yusmanidar sahabat–sahabat baik seperjuangan saya yang saya cintai dan

جامعة الرانري
AR-RANIRY

khususnya kepada letting 2016 Perbankan Syariah yang tentunya juga memberikan semangat dan sama-sama berjuang dalam menyelesaikan tugas akhir demi mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi yang di impi-impikan. Kepada abang dan kakak letting yang memberikan arahan dan ilmu pengetahuan dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan karunia-nya dengan balasan yang tiada tara kepada seluruh pihak yang telah membantu hingga dapat terselesaikannya skripsi ini. Penulis hanya bisa mendo'akan semoga Allah membalas kebaikan seluruh pihak yang telah ikut serta, semoga kebaikan tersebut menjadi amal yang mulia. Penulis menyadari penulisan ini masih jauh dari kata sempurna karna sempurna hanya milik Allah SWT. Oleh karna itu penulis sangat mengharapkan kritikan dan saran yang membangun sehingga penelitian ini bisa lebih baik dan bermanfaat Aamiin. Akhirul kalam, wabillahi taufiq walhidayah. Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatu.

Banda Aceh, 30 Desember 2021

Penulis

Nonong Afni

**PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN**

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K

Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543 b/u/1987

## 1. Konsonan

| No | Arab | Latin | No | Arab | Latin |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | ا | Tidak dilambangkan | 16 | ط | Ṭ |
| 2 | ب | B | 17 | ظ | Ẓ |
| 3 | ت | T | 18 | ع | ‘ |
| 4 | ث | Ṡ | 19 | غ | G |
| 5 | ج | J | 20 | ف | F |
| 6 | ح | Ḥ | 21 | ق | Q |
| 7 | خ | Kh | 22 | ك | K |
| 8 | د | D | 23 | ل | L |
| 9 | ذ | Ż | 24 | م | M |
| 10 | ر | R | 25 | ن | N |
| 11 | ز | Z | 26 | و | W |
| 12 | س | S | 27 | ه | H |
| 13 | ش | Sy | 28 | ء | ’ |
| 14 | ص | Ṣ | 29 | ي | Y |
| 15 | ض | Ḍ | | | |

## 2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

| Tanda | Nama | Huruf Latin |
|---|---|---|
| ◌َ | *Fatḥah* | A |
| ◌ِ | *Kasrah* | I |
| ◌ُ | *Dammah* | U |

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

| Tanda dan Huruf | Nama | Gabungan Huruf |
|---|---|---|
| يَ | *Fatḥah* dan ya | Ai |
| وَ | *Fatḥah* dan wau | Au |

Contoh:

*kaifa* :كيف
*haula* : هول

**3. *Maddah***

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

| Harkat dan Huruf | Nama | Huruf dan Tanda |
|---|---|---|
| اَ/ي | *Fatḥah* dan *alif* atau ya | Ā |
| ي ِ | *Kasrah* dan ya | Ī |
| ي ُ | *Dammah* dan wau | Ū |

Contoh:

قَالَ : *qāla*
رَمَى : *ramā*
قِيْلَ : *qīla*
يَقُوْلُ : *yaqūlu*

**4. Ta *Marbutah* (ة)**

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

a. Ta *marbutah* (ة) hidup

Ta *marbutah* (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fatḥah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

b. Ta *marbutah* (ة) mati

Ta *marbutah* (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

رَوْضَةُ ٱلْاَطْفَالْ : *rauḍah al-aṭfāl/ rauḍatul aṭfāl*
اَلْمَدِيْنَةُ الْمُنَوّرَةُ : *al-Madīnah al-Munawwarah/*

*al-Madīnatul Munawwarah*

*Ṭalḥah* **:** طَلْحَةْ

**Catatan:**

**Modifikasi**

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

# ABSTRAK


Nama : Nonong Afni
NIM : 160603233
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul : Analisis Tingkat Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Menggunakan Produk Deposito pada PT. Bank Muamalat Syariah cabang Banda Aceh
Pembimbing I : Inayatillah, MA. Ek
Pembimbing II : Dara Amanatillah, M.Sc.Fin



Pengambilan keputusan pada dasarnya dapat dipengaruhi dalam beberapa aspek baik internal maupun eksternal seperti kepuasan dan nantinya mempengaruhi loyalitas seseorang dalam menggunakan produk tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kepuasan terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan produk deposito. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif yaitu mengukur serta menggambarkan tingkat suatu variabel pada populasi dan sampel, dengan tehnik sampling *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel yang didasarkan oleh beberapa kriteria yang ditentukan oleh peneliti, melalui penyebaran kuesioner kepada 35 responden yaitu seluruh nasabah yang mengambil produk deposito di PT. Bank Muamalat Indonesia cabang Banda Aceh. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan produk deposito pada PT. Bank Muamalat Indonesia.



**Kata kunci**: ***Kepuasan, loyalitas, dan Deposito***

## DAFTAR ISI


**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH ..... iii**
**PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI ..... iv**
**PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI ..... v**
**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ... vi**
**MOTTO DAN PERSEMBAHAN ..... vii**
**KATA PENGANTAR ..... viii**
**PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN..... xii**
**ABSTRAK ..... xvi**
**DAFTAR TABEL ..... xx**
**DAFTAR GAMBAR ..... xxi**
**DAFTAR LAMPIRAN..... xxii**

**BAB I PENDAHULUAN ..... 1**
1.1 Latar Belakang..... 1
1.2 Rumusan Masalah ..... 6
1.3 Tujuan Penelitian..... 6
1.4 Manfaat Penelitian..... 6
1.5 Sistematika Penulisan..... 7

**BAB II LANDASAN TEORI..... 9**
2.1 Konsep Tingkat Kepuasan Nasabah..... 9
2.1.1 Pengertian Tingkat Kepuasan Nasabah ..... 9
2.1.2 Indikator Tingkat Kepuasan Nasabah..... 14
2.2 Tingkat Loyalitas Nasabah..... 17
2.2.1 Pengertian Loyalitas Nasabah..... 17
2.2.2 Indikator Tingkat Loyalitas Nasabah..... 21
2.3 Produk Deposito di Bank Syariah ..... 23
2.3.1 Pengertian Deposito Pada Bank Syariah ..... 23
2.3.2 Pengertian Akad Mudharabah ..... 28
2.3.3 Jenis Deposito..... 31
2.4 Penelitian Terkait..... 34
Sumber : Data diolah (2022) ..... 41
2.5 Kerangka Berfikir..... 41
2.6 Hipotesis..... 42

**BAB III METODE PENELITIAN** ..... **44**
3.1 Jenis Penelitian ..... 44
3.2 Lokasi Penelitian ..... 44
3.3 Populasi dan Sampel ..... 45
3.4 Definisi dan Operasional Variabel ..... 46
3.4.1 Definisi Variabel ..... 46
3.4.2 Operasional Variabel ..... 46
3.5 Skala Pengukuran ..... 48
3.6 Tekhnik Pengumpulan Data ..... 50
3.7 Tehnik Pengolahan Data ..... 51
3.7.1 *Editing* ..... 51
3.7.2 *Scoring* ..... 51
3.7.3 *Tabulating* ..... 52
3.8 Uji Instrumen ..... 52
3.8.1 Uji Validitas ..... 52
3.8.2 Uji Reliabilitas ..... 53
3.9 Uji Asumsi Klasik ..... 53
3.9.1 Uji Normalitas ..... 53
3.9.2 Uji Heteroskedasitas ..... 54
3.10 Uji Regresi Sederhana ..... 55
3.11 Uji Hipotesis ..... 55
3.11.1 Koefesien Determinasi ..... 55
3.11.2 Uji-t ..... 56

**BAB IV HASIL DAN PEMBAHASANNYA** ..... **58**
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian ..... 58
4.1.1 Visi dan Misi Bank Muamalat ..... 59
4.1.2 Produk dan Layanan ..... 59
4.1.3 Karakteristik Produk Deposito pada Bank Muamalat ..... 66
4.2 Hasil Penelitian ..... 70
4.2.1 Karakteristik Responden ..... 70
4.2.1.1 Karakteristik Berdasarkkan Jenis Kelamin ..... 70
4.2.1.2 Karakteristik Berdasarkkan Usia ..... 71
4.2.1.3 Karakteristik Berdasarkkan Pendidikan Terakhir ..... 72
4.2.1.4 Karakteristik Berdasarkkan Pendapatan ..... 73

4.2.1.5 Karakteristik Berdasarkkan Pekerjaan ..... 73
4.2.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Menggunakan Produk Deposito ..... 74
4.2.2 Statistik Deskriktif ..... 75
4.2.3 Uji Instrumen ..... 77
4.2.3.1 Uji Validitas ..... 77
4.2.3.2 Uji Reliabilitas ..... 78
4.2.4 Uji Asumsi Klasik ..... 79
4.2.4.1 Uji Normalitas ..... 79
4.2.4.2 Uji Heteroskedastisitas ..... 80
4.2.5 Uji Hipotesis ..... 81
4.2.5.1 Uji t ..... 81
4.2.5.2 Uji Determinasi ..... 83
4.2.6 Analisis Regresi Linier Sederhana ..... 83
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian ..... 84

**BAB V PENUTUP ..... 88**
5.1 Kesimpulan ..... 88
5.2 Saran ..... 88

**DAFTAR PUSTAKA ..... 90**
**LAMPIRAN ..... 93**
**DAFTAR RIWAYAT HIDUP ..... 109**

جامعة الرانري
AR-RANIRY

# DAFTAR TABEL


Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu ..... 38
Tabel 3.1 Operasional Variabel ..... 47
Tabel 3.2 Skala Likert ..... 50
Tabel 4.1 Nisbah Bagi Hasil ..... 68
Tabel 4.2 Penutupan Sebelum Jatuh tempo ..... 69
Tabel 4.3 Karakteristik Nasabah Berdasarkan Jenis Kelamin .. 71
Tabel 4.4 Karakteristik Nasabah Berdasarkan Usia ..... 71
Tabel 4.5 Karakteristik Nasabah Pendidikan Terakhir ..... 72
Tabel 4.6 Karakteristik Nasabah Berdasarkan Pendapatan ..... 73
Tabel 4.7 Karakteristik Nasabah Berdasarkan Pekerjaan ..... 74
Tabel 4.8 Karakteristik Nasabah Berdasarkan Jangka Waktu .. 75
Tabel 4.9 Uji Statistik Deskriptif ..... 76
Tabel 4.10 Uji Validitas ..... 77
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas ..... 79
Tabel 4.12 Uji t ..... 82
Tabel 4.13 Koefesien Determinasi ..... 83
Tabel 4.14 Regresi Linear Sederhana ..... 84


جامعة الرانري
AR-RANIRY

# DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangk Berpikir ..... 42
Gambar 4.1 Uji Normalitas Histogram..... 79
Gambar 4.2Uji Normalitas P-Plot ..... 79
Gambar 4.3 Uji Heterokedastisitas..... 80

جامعة الرانري
AR-RANIRY

## DAFTAR LAMPIRAN


Lampiran 1 Jawaban Responden ..... 93
Lampiran 2 Karakteristik Responden ..... 96
Lampiran 3 Statistik Deskriktif ..... 98
Lampiran 4 Uji Validitas ..... 99
Lampiran 5 Uji Reliabilitas ..... 105
Lampiran 6 Uji Normalitas ..... 106
Lampiran 7 Uji Heterokedastisitas ..... 107
Lampiran 8 Uji t ..... 107
Lampiran 9 Uji Determinasi ..... 108
Lampiran 10 Uji Regresi Sederhana ..... 108
Lampiran 11 Biodata Penulis ..... 109


جامعة الرانري
AR-RANIRY

# BAB I
# PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Kegiatan perbankan syariah di Indonesia baru dimulai tahun 1992 berdasarkan UU No.7 tahun 1992 tentang perbankan sekalipun belum dapat mengatur secara tegas mengenai perbankan syariah. Pada tahun 1998, lahir UU No. 10 tahun 1998 tentang Perbankan yang secara eksplisit menetapkan bahwa bank dapat beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah (Rahayu & Rahmadani, 2018,h.1).

Seiring pertumbuhan perbankan syariah yang pesat di Indonesia, maka pemerintah kemudian mengeluarkan kebijakan yang khusus mengatur tentang perbankan syariah yaitu dengan menerbitkan UU No. 21 tahun 2008. Kebijakan ini memberikan kesempatan yang lebih luas untuk pengembangan jaringan perbankan syariah. Diantaranya adalah izin pembukaan Unit Usaha Syariah (UUS) oleh bank umum konvensional atau konversi sebuah bank konvensional menjadi bank syariah (Rahayu & Rahmadani, 2018,h.1).

Dalam perbankan kepuasan dan ketidakpuasan nasabah adalah hasil dari penilaian nasabah terhadap apa yang diharapkan dengan membeli dan menggun akan suatu produk jasa bank. Harapan itu lantas dibandingkan dengan persepsinya terhadap kualitas yang diterima, jika harapannya lebih tinggi daripada kualitas produk jasa, maka dia akan merasa tidak puas, sebalinya

jika harapannya sama dengan kualitas produk jasa, maka dia akan merasa puas.

Kepuasan nasabah biasanya disertai dengan loyalitas nasabah. Kepuasan nasabah menyangkut apa yang diungkapkan oleh nasabah tentang persepsi dan harapannya terhadap jasa perbankan yang diperoleh dari bank. Sedangkan loyalitas berkaitan dengan apa yang dilakukan nasabah setelah berinteraksi dalam suatu proses layanan perbankan. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan nasabah saja tidaklah cukup, karna puasa atau tidak puas hanyalah suatu bentuk emosi. Disamping itu, loyalitas nasabah tidak kalah relevannya untuk dianalisis karena sikap loyal nasabah akan timbul setelah nasabah merasakan puas atau tidak puas terhadap layanan perbankan yang diterimanya (Tjiptono, 2004,h.386)

Payne (1993:24) memberikan defenisi kualitas produk adalah suatu bentuk dengan nilai kepuasan yang kompleks. Nasabah membeli jasa perbankan untuk menyelesaikan masalah dan nasabah memberikan nilai dalam proporsi terhadap kemampuan layanan terhadap kemampuan layanan dalam melakukan hal tersebut. Nilai yang diberikan nasabah berhubungan dengan benefit atau keuntungan yang akan diterimanya. Kualitas produk perbankan didapatkan dengan cara menemukan keseluruhan harapan nasabah, meningkatkan nilai produk atau pelayanan dalam rangka memenuhi harapan nasabah tersebut.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Monroe (2006:46) mengatakan bahwa bagi hasil nasabah (*customer value*) sebagai *tradeoff* antara persepsi nasabah terhadap kualitas, manfaat produk dan pengorbanan yang dilakukan lewat pengorbanan yang dibayar. Nilai bagi nasabah juga bisa diliat sebagai cerminan bagi kualitas, manfaat dan pengorbanan yang diberikan untuk mendapatkan sebuah produk atau layanan.

Dalam jangka panjang loyalitas nasabah dapat dijadikan tujuan utama bagi perencanaan strategi pemasaran jasa perbankan. Terdapat beberapa penelitian yang mendukung hubungan antara kepuasan nasabah dengan loyalitas nasabah. Disamping itu, pada bagian ini dijelaskan juga hubungan antara kualitas layanan dengan loyalitas nasabah. Hubungan antara kualitas layanan dengan loyalitas nasabah bisa dalam bentuk hubungan langsung maupun hubungan tidak langsung dengan dimoderatori oleh kepuasan nasabah ( Rachmad, 2009, h.59-60)

Bagi kaum muslimin, kehadiran bank syariah sesuai dengan kebutuhan dan tuntutan syar'i dalam pengelolaan keuangan. Namun bagi kaum lainnya (non Muslim), bank syariah merupakan sebuah alternatif lembaga jasa keuangan di samping perbankan konvensional yang telah lama ada (Rahayu & Rahmadani, 2018,h.2).

PT.Bank muamalat Tbk selanjutnya disebut "Bank Muamalat Indonesia" atau "BMI" berdiri dengan nama PT.Bank Muamalat Indonesia. BMI didirikan atas gagasan dari Majelis Ulama Indonesia (MUI), Ikatan cendekiawan Muslim Indonesia

جامعة الرانري
AR-RANIRY

(ICMI), dan pengusaha muslim yang kemudian mendapat dukungan dari pemerintah Republik Indonesia, sehingga pada 1 Mei 1992, Bank Muamalat Indonesia secara resmi mulai beroperasi sebagai bank yang menjalankan usahanya berdasarkan prinsip syari'ah pertama di Indonesia. Pada 27 Oktober 1994, BMI memperoleh izin sebagai bank devisa setelah setahun sebelumnya terdaftar sebagai perusahaan publik yang tidak listing di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Saat ini Bank Muamalat memberikan layanan bagi lebih dari 4,3 juta nasabah melalui 457 gerai yang tersebar di 33 provinsi di indonesia. Jaringan BMI didukung pula oleh aliansmelalui lebih dari 4000 kantor pos Online/SOPP di seluruh Indonesia, 1996 ATM, serta 95.000 merchant debet. BMI saat ini juga merupakan satu-satunya bank syariah yang telah meningkatkan nasabah di Malaysia, kerjasama dijalankan dengan jaringan Malaysia Electronic Payment System (MEPS) sehingga layanan BMI dapat diakses dari 2000 ATM di Malaysia. Selain itu Bank Muamalat memiliki produk shar-e gold dengan teknologi chip pertama di Indonesia yang dapat digunakan di 170 negara dan bebas biaya di seluruh merchant berloga visa. Sebagai Bank pertama Murni Syariah, Bank Muamalat berkomitmen untuk menghadirkan layanan perbankan yang tidak hanya complyterhadap syariah, namun juga kompetitif dan aksibel bagi masyarakat hingga pelosok nusantara. Komitmen tersebut diapresiasi pemerintah media massa, lembaga nasional dan internasional serta masyarakat luas melalui

جامعة الرانري
AR-RANIRY

lebih dari 70 award bergengsi yang diterima BMI dalam 5 tahun terakhir. Penghargaan yang diterima antara lain sebagai Best Islamic Bank in Indonesia 2009 oleh Islamic News Finance (Kuala Lumpur), sebagai Best Islamic Financial Institution in Indonesia 2009 in Indonesia 2009 oleh Alpha South East Asia (Hongkong).

Bank Muamalat Indonesia menawarkan berbagai produk yaitu produk penghimpunan dana, produk penyaluran dana dan jasa-jasa lainnya. Salah satu produk pengimpunan dana yang ditawarkan oleh BMI adalah deposito mudhārabah (Ismail, 2011,h.91). Deposito mudhārabah merupakan dana investasi yang ditempatkan oleh nasabah dengan prinsip syariah dan penarikannya hanya dapat dilakukan waktu tertentu, sesuai dengan akad perjanjian antara bank dengan nasabah /investor. Penarikan deposito memiliki jangka waktu yang diperjanjikan yaitu memiliki jangka waktu 1, 3, 6, 12 bulan. Perbedaan jangka waktu akan menimbulkan perbedaan balas jasa berupa persentase nisbah bagi hasil. Semakin lama jangka waktu deposito maka semakin tinggi persentase nisbah bagi hasil yang diberikan oleh bank syariah.

Dalam hubungan inilah peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **"Analisis Tingkat Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Dalam Menggunakan Produk Deposito Pada Pt.Bank Muamalat Indonesia Cabang Banda Aceh"**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar penjelasan latar belakang di atas, maka dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut Apakah tingkat kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan produk deposito pada PT. Bank Mamalat Indonesia cabang Banda Aceh?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut: Untuk mengetahui apakah tingkat kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan produk deposito pada PT. Bank Muamalat Indonesia cabang Lampriet, Banda Aceh.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian, maka manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. untuk menambah wawasan tentang tingkat kepuasan terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan produk deposito.
b. menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.
a. hgby Bank Muamalat Indonesia, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai tingkat kepuasan terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan produk deposito

جامعة الرانري
AR-RANIRY

b. Bagi masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai pengaruh tingkat kepuasan terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan produk deposito

## 1.5 Sistematika Penulisan

Untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi dan hal-hal yang dibahas dalam tiap-tiap bab. Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

**BAB I : PENDAHULUAN**

Pada bab ini dijelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

**BAB II: LANDASAN TEORI**

Pada bab ini dijelaskan mengenai landasan teori, temuan penelitian terdahulu, model penelitian, kerangka berpikir, dan hipotesis penelitian.

**BAB III: METODE PENELITIAN**

Pada bab ini dijelaskan variabel penelitian, cara penentuan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, metode analisis yang dipakai dalam penelitian serta tahapan penelitian.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

**BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini diuraikan tentang gambaran umum objek penelitian, karakteristik responden, hasil penelitian seperti: uji validitas, uji reabilitas, tekhnik analisis data, analisis regresi linier sederhana, dan uji t, dan adanya pembahasan hasil penelitian.

**BAB V : PENUTUP**

Pada bab terakhir ini merupakan kesimpulan yang diperoleh dari keseluruhan penelitian dan juga saran-saran yang direkomendasikan oleh peneliti kepada perusahaan dan pihak terkait.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

# BAB II
# LANDASAN TEORI

## 2.1 Konsep Tingkat Kepuasan Nasabah

### 2.1.1 Pengertian Tingkat Kepuasan Nasabah

Kepuasan (*Satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan amat puas atau senang (Kotler, 2006:177). Jadi, kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan amat puas atau senang.

Menurut Zeithaml (2003) menyatakan bahwa terdapat empat faktor yang mempengaruhi persepsi dan ekspektasi pelanggan, yaitu sebagai berikut :

1. Apa yang telah didengar pelanggan dari pelanggan lainnya (*word of mouth communication*). Dimana hal ini merupakan faktor potensial yang menentukan ekspektasi pelanggan tersebut. Sebagai contoh, seorang pelanggan memiliki perusahaan yang diharapkan dapat memberikan pelayanan dengan kualitas tinggi berdasarkan rekomendasi dari temanteman atau tetangganya.

2. Ekspektasi pelanggan sangat bergantung dari karakteristik individu dimana kebutuhan pribadi (*personnel needs*).
3. Pengalaman masa lalu *(past experience)* dalam menggunakan pelayanan dapat juga mempengaruhi tingkat ekspetasi pelanggan.
4. Komunikasi dengan pihak eksternal *(external communication)* dari pemberi layanan memainkan peranan kunci dalam membentuk ekspektasi pelanggan. Berdasarkan *External communication*, perusahaan pemberi layanan dapat memberikan pesan-pesan secara langsung maupun tidak langsung kepada pelanggannya. Sebagai contoh dari pengaruh adanya *external communication* adalah harga dimana biaya pelayanan sangat berperan penting dalam membentuk ekspektasi pelanggan.

Memuaskan kebutuhan pelanggan adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan pelanggan dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Pelanggan yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut. Faktor yang paling penting untuk menciptakan kepuasan konsumen adalah kinerja dan kualitas dari layanan yang diberikan oleh organisasi.

Kualitas berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan. Ikatan emosional semacam ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan spesifik pelanggan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan pelanggan adalah sebagai berikut:

a. Kebutuhan dan keinginan yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan pelanggan ketika pelanggan sedang mencoba melakukan transaksi dengan produsen atau pemasok produk (perusahaan). Jika pada saat itu kebutuhan dan keinginannya besar, harapan atau ekspektasi pelanggan akan tinggi, demikian pula sebaliknya.
b. Pengalaman masa lalu ketika mengkonsumsi produk dari perusahaan maupun pesaing-pesaingnya.
c. Pengalaman dari teman-teman, dimana mereka akan menceritakan kualitas produk yang akan dibeli oleh pelanggan itu. Hal ini jelas mempengaruhi persepsi

جامعة الرانري
AR-RANIRY

pelanggan terutama pada produk-produk yang dirasakan berisiko tinggi.

d. Komunikasi melalui iklan dan pemasaran juga mempengaruhi persepsi pelanggan. Orang-orang di bagian penjualan dan periklanan sebaiknya tidak membuat kampanye yang berlebihan melewati tingkat ekspetasi pelanggan.

Tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Dalam konteks kepuasan pelanggan umumnya harapan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya. Tingkat kepuasan yang diperoleh para pelanggan sangat berkaitan erat dengan standar kualitas barang/ jasa yang mereka nikmati. Sifat kepuasan bersifat subjektif, namun dapat diukur melalui indeks kepuasan pelanggan masyarakat.

Kepuasan pelanggan dibangun atas dasar beberapa prinsip yang digunakan untuk menilai suatu organisasi dalam memberikan pelayanan : *tangibles* (bukti nyata), *realibility* (terpercaya, tahan uji), *responsiveness* (respon, cepat tanggap), *assurance* (kepastian), dan *empathy* (empati). Pelayanan yang baik terhadap konsumen merupakan salah satu bentuk tanggung jawab perusahaan.

Ada 2 prinsip utama yang harus dijalankan agar *costumer* menjadi sangat puas (*delight customer*) atau setidaknya terpenuhi ekspektasinya (Tjiptono,2012,h.310).

جامعة الرانري
AR-RANIRY

a. Memahami *customer*. *Customer* adalah manusia yang harus dikelola keinginannya. Memahami *customer* merupakan langkah pertama yang terpenting. Apabila anda berhasil memahami kebutuhannya maka langkah selanjutnya akan merasa mudah dan membuat anda senang.
b. Membuat *customer* mengerti semua layanan perusahaan anda. *Customer* yang sudah datang ke perusahaan anda dipastikan telah memiliki kepercayaan dengan produk/layanan yang disediakan. Atau setidaknya mereka telah mendengar berita positif tentang perusahaan anda. Buatlah mereka mengetahui secara lengkap dan jelas mengenai semua produk/layanan yang perusahaan anda miliki. Jangan biarkan mereka pulang dengan informasi yang tidak lengkap atau bahkan salah persepsi.

Manfaat Kepuasan Pelanggan Menurut Tjiptono (2012), kepuasan pelanggan telah menjelma menjadi kewajiban bagi setiap organisasi bisnis, peneliti pemasaran, eksekutif bisnis, bahkan politisi. Kualitas jasa yang unggul dan konsisten dapat menumbuhkan kepuasan konsumen dan akan memberikan berbagai manfaat seperti:

a. Berdampak positif pada loyalitas pelanggan.
b. Berpotensi menjadi sumber pendapatan masa depan (terutama melalui pembelian ulang, *cross-selling* dan *up-selling*).

c. Menekan biaya transaksi pelanggan di masa depan (terutama biaya-biaya komunikasi pemasaran, penjualan, dam layanan pelanggan).
d. Menekan volatilitas dan risiko berkenaan dengan prediksi aliran kas masa depan.
e. Meningkatkan toleransi harga (terutama kesediaan pelanggan untuk membayar harga premium dan pelanggan cenderung tidak mudah tergoda untuk beralih pemasok).
f. Rekomendasi gethok tular positif.
g. Pelanggan cenderung lebih reseptif terhadap product-*line extensions*, *brand extensions*, dan *new add-on services* yang ditawarkan perusahaan.
h. Meningkatkan daya tawar *(bargaining power)* relatif perusahaan terhadap jaringan pemasok, mitra bisnis, dan saluran distribusi.

### 2.1.2 Indikator Tingkat Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah ditentukan oleh kualitas produk dan layanan yang dikehendaki nasabah, sehingga jaminan kualitas menjadi perioritas utama bagi bank. Untuk kepuasan nasabah terhadap layanan, ada dua hal pokok yang saling berkaitan erat yaitu harapan nasabah terhadap kualitas Iayanan *(expected quality)* dan persepsi nasabah terhadap kualitas layanan *(perceived quality).* Nasabah selalu menilai suatu layanan yang diterima dibandingkan dengan apa yang diharapkan atau diinginkan (Parasuraman et al.,

1993). Kepuasan nasabah harus disertai dengan loyalitas nasabah. Kepuasan nasabah menyangkut apa yang diungkapkan oleh nasabah tentang persepsi dan harapannya terhadap layanan perbankan yang diperoleh dari bank.

Kualitas layanan harus dimulai dari kebutuhan nasabah dan berakhir pada persepsi nasabah. Semua pihak yang membeli dan mengkonsumsi jasa perbankan akan memberikan penilaian yang berbeda-beda terhadap kualitas layanan. Hal ini disebabkan karena layanan perbankan mempunyai karakteristik variability, sehingga kinerja yang dihasilkannya acapkali tidak konsisten. Untuk itu nasabah menggunakan isyarat intrinsi (output dari penyampaian jasa) dan isyarat ektrinsik (unsur pelengkap jasa) sebagai acuan dalam mengevaluasi kualitas layanan.

Kualitas pelayanan dapat diukur dengan lima dimensi sesuai dengan urutan derajat kepentingan relatifnya (Tjiptono, 2007), yaitu keandalan, jaminan, bukti fisik, empati dan daya tanggap. Pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen, selain itu juga erat kaitannya dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi (Panjaitan&Yulianti, 2016, h.266)

Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan nasabah adalah kualitas produk. Payne (1993:24) memberikan definisi kualitas produk adalah suatu bentuk dengan nilai kepuasan yang kompleks.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Nasabah membeli jasa perbankan untuk menyelesaikan masalah dan nasabah memberikan nilai dalam proporsi terhadap kemampuan layanan untuk melakukan hal tersebut. Nilai yang diberikan nasabah berhubungan dengan benefit atau keuntungan yang akan diterimanya. Kualitas produk perbankan didapatkan dengan cara menemukan keseluruhan harapan nasabah, meningkatkan nilai produk atau pelayanan dalam rangka memenuhi harapan nasabah tersebut.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi kepuasan nasabah adalah nilai bagi nasabah *(Customer Value).* Monroe (2002:46) mendefinisikan nilai bagi nasabah *(Customer Value)* sebagah tradeoff antara persepsi nasabah terhadap kualitas, manfaat produk dan pengorbanan yang dilakukan lewat pengorbanan yang dibayar. Nilai bagi nasabah bisa juga dilihat sebagai cerminan dari kualitas, manfaat dan pengorbanan yang diberikan untuk mendapatkan sebuah produk atau layanan. Sebuah produk atau layanan perbankan dikatakan mempunyai nilai yang tinggi di mata nasabah apabila mampu memberikan kualitas, manfaat dan pengorbanan yang seminimal mungkin.

Menurut Butz dan Goodstein (1996). Kedua peneliti menyimpulkan bahwa nilai bagi nasabah merupakan komunikasi dua arah antara nasabah dengan bank di mana hubungan tercipta setelah nasabah tahu dan memberikan penilaian positif terhadap produk atau layanan yang ditawarkan. Kesimpulan tersebut mengarah pada hubungan antara nilai bagi nasabah dengan

جامعة الرانري
AR-RANIRY

kepuasan nasabah serta loyalitas nasabah. Jika nasabah menilai produk atau layanan mampu memberikan nilai tambah kepada nasabah maka nasabah akan puas dengan layanan atau produk yang ditawarkan. Kondisi seperti ini akan menciptakan hubungan atau ikatan emosional antara nasabah dengan bank. Hubungan emosional ini yang disebut dengan loyalitas nasabah terhadap suatu bank (Hidayat, 2009,h.58-59).

## 2.2 Tingkat Loyalitas Nasabah

### 2.2.1 Pengertian Loyalitas Nasabah

Secara harfiah loyal berarti setia, atau loyalitas dapat diartikan sebagai suatu kesetiaan. Kesetiaan ini timbul tanpa adanya paksaan, tetapi timbul dari kesadaran sendiri pada masa lalu. Usaha yang dilakukan untuk menciptakan kepuasaan konsumen lebih cenderung mempengaruhi sikap konsumen.Sedangkan konsep loyalitas konsumen lebih menekankan kepada perilaku pembeliannya.

Istilah loyalitas sering kali diperdengarkan oleh pakar pemasaran maupun praktisi bisnis, loyalitas merupakan konsep yang tampak mudah dibicarakan dalam konteks sehari-hari, tetap menjadi lebih sulit ketika dianalisis maknanya. Dalam banyak definisi Hasan (2008:81) menjelaskan loyalitas sebagai berikut:

1. sebagai konsep *generic*, loyalitas merek menujukkan kecenderungan konsumen untuk membeli sebuah merek tertentu dengan tingkat konsistensi yang tinggi.

2. Sebagai konsep perilaku, pembelian ulang kerap kali dihubungkan denga loyalitas merek *(brand loyality).* Perbedaannya, bila loyalitas merek mencemirkan komitmen psikologis terhadap merek tertentu, perilaku pembelian ulang menyangkut pembelian merek yang sama secara berulang kali.
3. Pembelian ulang merupakan hasil dominasi (1) berhasil membuat produknya menjadi satu-satunya alternative yang tersedia, (2) yang terus – menerus melakukan promosi untuk memikat dan membujuk pelanggan membeli kembali merek yang sama.

Olson (dalam Mushanto, 2004:128) berpendapat bahwa loyalitas pelanggan merupakan dorongan perilaku untuk melakukan pembelian secara berulang-ulang dan untuk membangun kesetiaan pelanggan terhadap suatu produk maupun jasa yang dihasilkan oleh badan usaha tersebut yang membutuhkan waktu yang lama melalui suatu proses pembelian yang terjadi secara berulang-ulang.

Menurut Durianto, et al. (2001:126) *customer loyalty* merupakan suatu ukuran ketertarikan konsumen terhadap sebuah merek. Ukuran ini mampu memberikan gambaran tentang mungkin tidaknya pelanggan beralih ke merek produk yang lain, apabila merek produk tersebut didapati adanya perubahan, baik menyangkut harga maupun atribut lain (Ellena, 2011 h.5)

Defenisi yang dikemukakan oleh Oliver (1999) loyalitas pelanggan adalah komitmen yang kuat untuk melakukan pembelian

جامعة الرانري
AR-RANIRY

ulang atau berlangganan produk yang disukai secara konsisten dimasa mendatang, sehingga menimbulkan rangkaian pembelian produk mereka yang sama secara berulang, meskipun pengaruh situasional dan upaya pemasaran pemasaran berpotensi menyebabkan perpindahan merek. Konsep loyalitas menurut Oliver, menyatakan bahwa tingkat loyalitas konsumen terdiri dari 4 tahap, yakni :

- *Cognitively loyal*, tahap dimana konsumen memiliki pengetahuan langsung maupun tidak langsung terhadap merek, manfaatnya, dan dilanjutkan dengan melakukan pembelian berdasarkan keyakinan akan superioritas yang ditawarkan.
- *Affectively loyal*, sikap favorable konsumen terhadap merek yang merupakan hasil konfirmasinya berulang dari harapannya selama tahap *cognitively loyal* berlangsung.
- *Conatively loyal*, intensi membeli ulang sangat kuat dan memiliki keterlibatan tinggi yang merupakan dorongan motivasi.
- *Action loyal*, loyalitas yang bertahan tidak saja karena motivasi yang kuat semua namun telah menjadi suatu keinginan untuk mengatasi segala hambatan yang menghalangi konsumen membeli merek tertentu (Ellena, 2011 h.6)

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Loyalitas pelanggan meruapakan sebuah sikap yang menjadi dorongan perilaku untuk melakukan pembelian produk/jasa dari suatu perusahaan yang menyertakan aspek perasaan didalamnya, khusunya yang membeli secara teratur dan berulang-ulang dengan konsistensi yang tinggi, namun tidak hanya membeli ulang suatu barang dan jasa, tetapi juga mempunya komitmen dan sikap yang positif terhadap perusahaan yang menawarkan produk/ jasa tersebut (Ellena, 2011 h.6)

Menurut Maulana (2005 :113) seorang konsumen dikatakan loyal apabila konsumen tersebut mempunyai suatu komitmen yang kuat untuk menggunakan atau membeli lagi secara rutin terhadap suatu produk atau jasa.

Oleh sebab itu, selalu berfokus pada pelanggan adalah untuk menciptakan loyalitas pelanggan. Pelanggan yang loyal diharapkan bukan saja melakukan pembelian berulang-ulang akan tetapi juga dapat menceritakan kepada orang lain tentang keunggulan suatu produk ataupun memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk membeli produk tersebut.

Menurut Griffin (2003:11) adalah imbalan dari loyalitas bersifat jangka panjang dan kumulatif. Semakin lama loyalitas seorang pelanggan, semakin besar yang dapat diperoleh perusahaan dari satu pelanggan tersebut (Ellena, 2011 h.6 )

### 2.2.2 Indikator Tingkat Loyalitas Nasabah

Indikator-indikator loyalitas yang bisa digunakan untuk mengukur loyalitas konsumen yaitu :

1. *Word of communication*

   Menurut Kotler dan Keller (2009:512), *Word Of communication* adalah komunikasi dari mulut ke mulut tentang pandangan atau penilaian terhadap suatu produk atau jasa, baik secara individu maupun kelompok yang bertujuan untuk memberikan informasi secara personal. *Word Of communication* menjadi salah satu strategi yang sangat efektif berpengaruh di dalam keputusan konsumen dalam menggunakan produk atau jasa dan *Word Of Mouth* dapat membangun rasa kepercayaan para pelanggan (Kiki, 2018,h.3).

2. *Purchase intentions*

   Menurut Belch (2004), *purchase Intentions* adalah kecendrungan untuk membeli sebuah merek dan secara umum berdasarkan kesesuaian antar motif pembelian dengan atribut atau karakteristik dari merek yang dapat dipertimbangkan.

   *Purchase intention* terkait dengan 2 (dua) kategori yaitu kategori pertama purchase intention terhadap kategori produk saja atau biasa disebut planned purchase meskipun pilihan terhadap merek dibuat pada saat pembelian (*point of sales*) (Stevina&Karina, 2015,h.3).

جامعة الرانري
AR-RANIRY

*3. Price sensitivity*

Perubahan harga/ sensitivitas harga dalam hal ini tidak menjadi suatu ancaman yang serius bagi produsen manakala produsen tersebut bisa mempertahankan atau bahkan dapat meningkatkan kualitas produknya. Konsumen yang benar-benar membeli suatu produk karena fungsi/ manfaat yang diberikan dari produk tersebut biasanya tidak peduli akan naik/ turunnya harga, sehingga kecil sekali kemungkinan untuk berpindah ke produk lain. Menurut Murphy dan Ben (2000) dalam Briliana (2008) menyatakan bahwa *price sensitivity* merupakan kepekaan konsumen terhadap sebuah produk kategori tertentu yang dapat merangsang dan mendorong konsumen untuk membelinya (Dojo & Patricia, 2011, h.131).

*4. Complaining behaviour*

*Complaining Behavior* (Lovelock & Wirtz, 2007) adalah tindakan konsumen yang berbeda-beda ketika mereka merasa tidak puas dengan suatu pembelian atau layanan. *Brand Switching* adalah perpindahan merek yang digunakan pelanggan untuk setiap waktu penggunaan (Tauriana & Christine, 2011,h.116)

Loyalitas pelanggan juga akan menjadi kunci sukses, tidak hanya dalam jangka pendek tetapi keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Hal ini karena loyalitas pelanggan memiliki nilai *strategik* bagi perusahaaan. Loyalitas pelanggan terhadap merek merupakan salah satu asset dari merek. Ini tentu amat mahal

nilainya karena untuk membangunnya banyak tantangan yang harus dihadapi serta membutuhkan waktu yang sangat lama.

loyalitas berkaitan dengan apa yang dilakukan nasabah setelah berinteraksi dalam suatu proses layanan perbankan. Konsep ini menyiratkan bahwa kepuasan nasabah saja tidaklah cukup, karena puas atau tidak puas hanyalah salah satu bentuk emosi. Disamping itu, loyalitas nasabah juga tidak kalah relevannya untuk dianalisis sebab sikap loyal nasabah akan timbul setelah nasabah merasakan puas atau tidak puas terhadap layanan perbankan yang diterimanya (Hidayat, 2009:59)

## 2.3 Produk Deposito di Bank Syariah

### 2.3.1 Pengertian Deposito Pada Bank Syariah

Bank memiliki peran yang sangat penting bagi masyarakat maupun terhadap pembangunan. Bank bukan hanya berperan sebagai sumber pembiayaan untuk kredit investasi, tetapi juga berperan penting bagi siklus usaha dalam perekonomian secara keseluruhan. Ada dua jenis bank yang beroperasi di Indonesia saat ini, yakni bank konvensional dan bank syariah. Perbedaan antara keduanya terletak pada prinsip-prinsip yang dianut dalam operasionalnya. Bank konvensional beroperasi dengan menggunakan sistem bunga, yang bagi bank syariah dianggap sebagai sistem ribawi yang tidak sesuai dengan syariah. Sedangkan bank syariah menggunakan sistem yang tidak mengandung unsur riba. Salah satunya adalah penerapan bagi hasil dan risiko (*profit and loss sharing*).

Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008, bank syariah menjalankan fungsi utama yaitu menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat dalam rangka menunjang pelaksanaan pembangunan nasional, sesuai dengan prinsip- prinsip syariah. Pembiayaan dengan akad yang sesuai syariah telah menjadi tradisi umat Islam sejak zaman Rasulullah SAW. Praktik-praktik seperti menerima titipan harta, meminjamkan uang untuk keperluan konsumsi dan untuk keperluan usaha, serta melakukan pengiriman uang telah lazim dilakukan. Dengan demikian, fungsi-fungsi utama perbankan, yaitu menerima deposit, menyalurkan dana dan melakukan transfer dana telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan umat islam, bahkan sejak awal perkembangan Islam. Di Indonesia, perkembangan bank syariah dimulai dengan adanya Undang-Undang Nomor 10Tahun 1988 yang memungkinkan perbankan menjalankan sistem perbankan ganda (dual banking system) yaitu sistem konvensional dan sistem syariah.Sejak saat itulah bank-bank konvensional mulai menerapkan sistem syariah dengan membuka UUS (Unit Usaha Syariah). Masyarakat pun memiliki pilihan dalam menentukan produk perbankan yang digunakan. Sebagian masyarakat terutama yang menghindari sistem ribawi, mulai mengalihkan dananya ke bank-bank syariah.Bank syariah menawarkan produk-produk perbankan yang tidak mengandung unsur yang diharamkan menurut islam, seperti riba dan gharar.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Giro dan tabungan, produk perbankan syariah lainnya yang termasuk produk penghimpun dana *(funding)* adalah deposito. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan, yang dimaksud dengan deposito berjangka adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu-waktu tertentu menurut perjanjian antara penyimpanan dengan bank yang bersangkutan. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, yang dimaksud dengan deposito adalah investasi dana berdasarkan akad mudharabah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan akad antara nasabah penyimpan dan bank syariah.

Adapun yang dimaksud dengan deposito syariah adalah deposito yang dijalankan berdasarkan prinsip syariah. Dalam hal ini, Dewan Syariah Nasional MUI telah mengeluarkan fatwa NO.03 /DSN-MUI/IV/2000 yang menyatakan bahwa deposito yang dibenarkan adalah deposito yang berdasarkan prinsip mudharabah, di mana bank syariah bertindak sebagai mudharib (pengelola dana) sedangkan nasabah bertindak sebagai shahibul maal (pemilik dana) dalam kapasitasnya sebagai mudharib, Bank syariah dapat melakukan berbagai macam usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah serta mengembangkannya, bank syariah akan membagihasilkan kepada pemilik dana atau pemilik deposito sesuai

جامعة الرانري
AR-RANIRY

dengan nisbah yang telah disepakati dan telah dituangkan dalam akad (mui.or.id)

Dengan demikian, bank syariah dalam kapasitasnya sebagai pengelola dana (*mudharib*) harus berhati-hati dan bertanggung jawab atas segala sesuatu yang timbul akibat kesalahan atau kelalaiannya, karena bank syariah bertindak sebagai kuasa dari usaha bisnis/proyek pemilik dana yang diharapkan dapat memperoleh keuntungan tanpa melanggar batas syariah.

Dalam menginvestasikan dana depositonya pada bank syariah, nasabah memiliki beragam tujuan, seperti untuk berjaga-jaga terhadap ketidakpastian yang akan datang, untuk persiapan pembelian suatu barang konsumsi di masa depan, ataupun untuk mengakumulasikan kekayaannya. Mendepositokan uang di bank syariah cukup menarik karena dengan sistem bagi hasil, di mana perbankan syariah menekankan pada profit sharing, dengan pengertian bahwa simpanan yang ditabung atau didepositokan pada bank syariah nantinya akan digunakan untuk pembiayaan ke sektor riil oleh bank syariah, kemudian hasil atau keuntungan yang didapat akan dibagi menurut nisbah yang disepakati bersama. Jika keuntungan yang didapat besar, maka bagi hasil yang didapat juga besar. Berbeda dengan bank konvensional yang menerapkan sistem bunga dalam pengambilan keuntungannya, sehingga keuntungan yang didapat oleh para nasabahnya pun bersifat tetap tanpa mempedulikan apakah bank tersebut memperoleh keuntungan besar ataupun kecil. Akan tetapi, walaupun kemungkinan risikonya

جامعة الرانري
AR-RANIRY

cukup besar, banyak anggota masyarakat yang menjadikan bank syariah sebagai ladang bisnis yang menggiurkan dan lebih berminat untuk mendepositokan dananya pada bank syariah yang dikarenakan tingkat keuntungan dari dana yang diinvestasikan lebih besar.

Menurut Dendawijaya (2018) pengertian deposito adalah simpanan dari pihak ketiga kepada bank yang sistem penarikannya hanya bisa dilakukan dalam jangka waktu tertentu berdasarkan perjanjian antara pihak ketiga dengan bank yang bersangkutan.

Menurut Undang-Undang Perbankan No. 10 Tahun 1998 pasal 1, pengertian deposito adalah tabungan yang penarikannya hanya bisa dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan perjanjian nasabah dengan Bank.

Salah satu Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi Vol. 1, No. 2, (2016) 85 sistem yang digunakan bank syariah adalah sistem bagi hasil. Salah satu produk bank syariah yang menggunakan sistem bagi hasil adalah deposito *mudharabah*.Adanya deposito mudharabah memberikan pilihan kepada masyarakat untuk memilih apakah menginvestasikan dananya pada deposito bank konvensional yang keuntungannya mengacu pada bunga yang berlaku, atau deposito mudharabah yang keuntungannya bergantung pada bagi hasil yang diperoleh. Saat ini hanya sebagian nasabah mengalihkan dananya ke bank syariah karena alasan menghindari ribawi. Sebagian masyarakat cenderung mengutamakan keuntungan sehingga memilih bank yang mampu

جامعة الرانري
AR-RANIRY

memberikan imbal hasil terbaik di antara bank-bank lainnya, baik itu bank syariah maupun bank konvensional. Haron dan Azmi (2005) menyatakan bahwa deposit pricing berfungsi untuk memproteksi dan meningkatkan profit dari bank dibandingkan untuk menambah nasabah baru dan merebut market share dari kompetitornya karena pada kenyataannya ketika dibuka satu jenis deposit plan baru oleh bank, maka para depositor akan membandingkan keuntungan yang akan mereka peroleh. Oleh karena itu, bank syariah dan bank konvensional saling bersaing dalam usahanya menghimpun dana nasabah (Ruslizar & Rahmawaty, 2016,h.84-90).

### 2.3.2 Pengertian Akad Mudharabah

Mudharabah berasal dari kata dharb, berarti memukul atau berjalan. Pengertian memukul atau berjalan ini lebih tepatnya adalah proses seseorang memukulkan kakinya dalam menjalankan usaha.

Dalam kamus istilah fiqih, mudharabah adalah suatu bentuk kerjasama antara orang yang memberi modal dan orang lain yang menjalankannya. Dengan kata lain seseorang memberikan harta kepada orang lain untuk diperdagangkan dengan perjanjian pelaksana mendapat sebagian jumah tertentu dari labanya.

Menurut PSAK No 105 paragraf 4 mudharabah adalah akad kerjasama usaha antara dua pihak di mana pihak pertama (pemilik dana) menyediakan seluruh dana, sedangkan pihak kedua (pengelola dana) bertindak selaku pengelola, dan keuntungan

dibagi di antara mereka sesuai kesepakatan sedangkan kerugian finansial hanya ditanggung oleh pemilik dana (Adawiyah, 2017,h.10)

Mudharabah adalah transaksi penanaman dana dari pemilik dana (shahibul maal) kepada pengelola dana (mudharib) untuk melakukan kegiatan usaha tertentu yang sesuai syariah, dengan pembagian hasil usaha antara dua belah pihak berdasarkan nisbah yang telah disepakati sebelumnya (Priswanti, 2017,h.5)

Akad mudharabah dibedakan menjadi dua macam yang didasarkan pada jenis dan lingkup kegiatan usaha mudharib, yaitu:

1. Mudharabah Muthlaqah

Adalah perjanjian mudharabah antara shahibul maal dan mudharib, di mana pihak mudharib diberikan kebebasan untuk mengelola dana yang diberikan. *Mudharabah muthlaqah* ini diaplikasikan oleh bank syariah dalam kegiatan menghimpun dana (*funding*) dari masyarakat.

2. Mudharabah Muqayyadah

Adalah perjanjian mudharabah yang mana dana yang diberikan kepada mudharib hanya dapat dikelola untuk kegiatan usaha tertentu yang telah ditentukan baik jenis maupun ruang lingkupnya. Mudharabah muqayyadah ini diaplikasikan oleh bank syariah dalam kegiatan penyaluran dana (lending) kepada masyarakat sehingga dapat mempermudah bank dalam melakukan kegiatan monitoring terhadap usaha yang dilakukan oleh nasabah (Adawiyah, 2017:11)

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Fitur dan Mekanisme :

a. Bank bertindak sebagai pemilik dana (shahibul maal) yang menyediakan dana dengan fungsi sebagai pengelola dana (mudharib) dalam kegiatan usahanya.
b. Bank memiliki hak dalam pengawasan dan pempinan usaha nasabah walaupun tidak ikut serta dalam pengelola usaha nasabah, antara lain bank dapaat melakukan review dan meminta bukti-bukti dari laporan hasil usaha nasbah berdasarkan bukti pendukung yang dapat dipertanggungjawabkan.
c. Pembagian hasil usaha dari penelolaan dana dinyatakan dalam nisbah yang disepakati.
d. Nisbah bagi hasil yang disepakati tidak dapat diubah sepanjang jangka waktu investasi, kecuali atas dasar kesepakatan para pihak.
e. Jangka waktu pembiayaan atas dasar akad mudharabah, pengembalian dana, dan pembagian hasil usaha ditentukan berdasrkan kesepakatan bank nasabah.
f. Pembiayaan atas dasar Akad Mudharabah diberikan dalam bentuk uang dan atau barang, serta bukan dalam bentuk piutang atau tagihan.
g. Dalam hal pembiayaan atas dasar Akad Mudharabah diberikan dalam bentuk uang harus dinyatakan secara jelas jumlahnya.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

h. Dalam hal pembiayaan atas dasar akad Mudharabah diberikan dalam bentuk barang, maka barang tersebut harus dinilai atas dasar harga pasar (net realizable value) dan dinyatakan secara jelas jumlahnya.

i. Pembagian hasil usaha dilakukan atas dasar laporan hasil usaha pengelola dana (mudharib) dengan disertai bukti pendukung yang dapat dipertanggungjawabkan

j. Kerugaian nasabah pengelola dana (*mudharib*) yang dapat ditanggung oleh bank selaku pemilik dana (*shahibul maal*) adalah maksimal sebesar jumlah pembiayaan yang diberikan (*ra'sul maal*).

Karena itu, untuk deposito (deposito berjangka) didasarkan pada prinsip akad mudharabah, berhubungan tujuan menyeimpan dana dalam bentuk simpanan deposito berjangka untuk menginvestasikan kelebihan likuiditasnya (Priswanti, 2017,h.5-7)**.**

### 2.3.3 Jenis Deposito

Simpanan adalah dana yang dipercayakan oleh masyarakat kepada bank dalam bentuk Giro, Deposito berjangka, Sertifikat deposito, Tabungan dan atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu. Sedangkan simpanan berjangka adalah simpanan berdasarkan kaidah syariah mudharabah al-muthlaqah, dimana shahibul maal memberikan kepercayaan kepada BMT untuk memanfaatkan dana yang dapat digunakan dalam bentuk pembiayaan secara produktif, dapat memberikan manfaat pada anggota yang lain secara halal dan profesional. Keuntungan dari

pembiayaan dibagi antara anggota dengan BMT sesuai nisbah (bagi hasil) yang disepakati diawal.

Pada dasarnya prinsip yang diterapkan dalam Simpanan Berjangka adalah prinsip mudharabah mutlaqah/berjangka yaitu prinsip dimana pemilik dana memberikan keleluasan penuh kepada pengelola untuk menggunakan dana tersebut dalam usaha yang dianggapnya baik dan menguntungkan. Pengelola bertanggung jawab untuk mengelola usaha sesuai dengan praktik syariah secara baik dan benar. Ketentuan dalam menggunakan prinsip ini adalah:

1. Bank wajib memberitahukan kepada pemilik dana mengenai nisbah dan tatacara pemberitahukan keuntungan dan pembagian keuntungan secara resiko yang ditimbulkan dari penyimpanan dana. Apabila tercapai kesepakatan, maka hal tersebut dicantumkan dalam akad.
2. Untuk tabungan mudharabah, bank dapat memberikan buku tabungan seabagai bukti penyimpanan, serta kartu ATM/ alat penarikan lainnya kepada penabung. Sedangkan untuk deposito mudharabah bank wajib memberikan sertifikat/tanda penyimpanan deposito kepada deposan.
3. Tabungan mudharabah dapat diambil setiap saat oleh penabung sesuai perjanjian yang disepakati, namun tidak diperkenakan mengalami saldo negative.
4. Deposito mudharabah hanya dapat dicairkan sesuai jangka waktu yang disepakati. Deposito yang diperpanjang setelah jatuh tempo akan diperlakukan sama seperti baru, tetapi bila

sudah dicantumkan perpanjangan otomatis maka tidak perlu akad baru.

5. Ketentuan- ketentuan lain yang berkaitan dengan deposan tetap berlaku sepanjang tidak bertentangan dengan prinsip syariah.

Adapun jenis-jenis deposito yang ada di Indonesia saat ini ada beberapa macam diantaranya yaitu:

**4. Deposito Berjangka**

Merupakan deposito yang diterbitkan menurut jangka waktu tertentu. Jangka waktu Deposito biasanya bervariasi mulai dari 1 bulan, 2 bulan, 3 bulan, 6 bulan, 12 bulan dan 24 bulan. Deposito berjangka diterbitkan atas nama baik perorangan maupun lembaga. Artinya didalam bilyet deposito tercantum nama seseorang atau lembaga.

Adapun jenis deposito berjangka yaitu:

1. Deposito berjangka biasa Deposito yang terakhir pada jangka waktu yang diperjanjikan, perpanjangan hanya dapat dilakukan setelah ada permohonan baru/pemberihauan dari penyimpan.
2. Deposito berjangka otomatis Pada saat jatuh tempo, secara otomatis akan diperpanjang untuk jangka waktu yan sama tanpa pemberitahuan dari penyimpanan

**5. Sertifikat Deposito**

Merupakan deposito yang diterbitkan dengan jangka waktu 2 bulan,3 bulan,6 bulan,12 bulan. Sertifikat deposito diterbitkan

جامعة الرانري
AR-RANIRY

dalam bentuk sertifikat dan dapat diperjualbelikan atau dipindahkan kepada pihak lain. Pencairan bunga sertifikat deposito dapat dilakukan dimuka, baik tunai maupun non tunai. Penerbitan nilai sertifikat deposito sudah tercetak dalam nominal dan biasanya dalam jumlah bulat. Sehingga nasabah dapat membeli dalam lembaran banyak untuk jumlah nominal yang sama.

**6. Deposito on call**

Merupakan deposito yang berjangka waktu minimal 7 hari dan paling lama kurang dari satu bulan. Diterbitkan atas nama dan biasanya dalam jumlah yang besar misalnya 50 juta rupiah. Pencairan bunga dilakukan pada saat pencairan deposito on call dicairkan terbilah dahulu 3 hari sebelum nasabah dihitung perbulan dan biasanya untuk menentukan bunga dilakukan negosiasi antara nasabah dengan pihak bank (Priswanti, 2017:1-3)

## 2.4 Penelitian Terkait

Penelitian terdahulu berfungsi untuk menjadi acuan dasar yang berisikan teori-teori dan metode-metode dari temuan-temuan terdahulu yang dapat dijadikan teori pendukung dan sebagai pembanding dalam suatu pembanding dalam suatu penelitian.

Penelitian Hapsari (2015) mengenai "Analisis Pelayanan Bank dan Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ungaran" menggunakan metode *casual research* merupakan tipe-tipe riset konklusif yang bertujuan untuk menentukan sebab akibat (hubungan kausal) dari suatu fenomena,

yakni dalam penelitian ini menentukan hubungan antara variabel-variabel pelayanan dengan kepuasan nasabah pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ungaran.

Penelitian Fauziah (2017) mengenai "Pengaruh kualitas layanan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah dengan *Corporate Image* sebagai variabel moderating" menggunakan metode kuantitatif memberikan penjelasan mengenai kepuasan nasabah dan loyalitas tergantung terhadap layanan yang diberikan dan corporate image berpengaruh positif tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Penelitian Anisah (2018) mengenai "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pertumbuhan Deposito Mudharabah Bank Syariah" menggunakan metode regresi linear berganda yaitu metode yang digunakan untuk menguji pengaruh dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen dengan skala pengukur atau rasio dalam suatu persamaan linier (Indriantoro dan Supomo, 2002). Variabel independen dalam penelitian ini adalah tingkat suku bunga deposito 1 bulan bank konvensional, tingkat bagi hasil deposito mudharabah 1 bulan bank syariah, tingkat inflasi, tingkat likuiditas dan ukuran bank syariah. Sedangkan variabel dependennya adalah pertumbuhan deposito mudharabah 1 bulan bank syariah periode selanjutnya. Pengaruh positif tingkat bagi hasil deposito mudharabah 1 bulan bank syariah menunjukkan bahwa nasabah bank syariah masih berorientasi terhadap profit, sehingga apabila tingkat bagi hasil yang diberikan bank syariah

جامعة الرانري
AR-RANIRY

tinggi, maka nasabah akan cenderung menempatkan dananya dalam deposito mudharabah 1 bulan bank syariah. Hal ini terbukti juga dari hasil penelitian bahwa tingkat suku bunga deposito 1 bulan bank konvensional berpengaruh negatif terhadap dana deposito mudharabah 1 bulan bank syariah. Likuiditas tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap dana deposito mudharabah 1 bulan bank syariah. Nasabah memberikan kepercayaan yang tinggi terhadap bank syariah dengan terbukti jumlah dana deposito mudharabah 1 bulan bank syariah yang semakin meningkat, tanpa melihat angka pembiayaan dibanding jumlah dana pihak ketiga yang tinggi.

Penelitian Sujita (2018) mengenai "Penerapan Mekanisme Deposito Mudharabah pada Produk Simpanan Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah" menggunakan metode pendekatan kualitatif, dilihat dari perkembangan deposito mudharabah di BPRS Mitra Agro Usaha Bandar Lampung memiliki jumlah nasabh yang cukup banyak. Setiap tahun mengalami peningkatan untuk nasabahnya. Nasabah depositomudharabah di BPRS Mitra Agro Usaha karena nasabah yang menginvestasikan dananya membantu masyarakat yang membutuhkan modal untuk usahanya. BPRS Mitra Agro Usaha dalammencari nasabah yaitu dengan cara mendatangi pengusaha-pengusaha yang mempunyai dana lebih, promosi di pasar, melalui iklan, brosur, dan melalui kenalan pihak BPRS. Nasabah deposito mudharabah di BPRS Mitra Agro Usaha banyak yang merupakan kenalan dari pihak BPRS itu sendiri. Ada

جامعة الرانري
AR-RANIRY

beberapa nasabah deposito mudharabah yaitu dari bank lain yang mempunyai dana lebih.

Penelitian Sufiati (2019) mengenai "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah"(studi pada Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh) menggunakan metode regresi linier berganda yaitu: Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dimana secara statistiknilai signifikan sebesar 0,013< 0,05, maka Ho ditolak dan Ha diterima. Artinya semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan semakin meningkatkan kepuasan nasabah. Dengan demikian hipotesis 1 yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dapat diterima. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dimana secara statistik nilai signifikan sebesar 0,031< 0,05, maka H0 ditolak atau Ha diterima. Artinya semakin tinggi kualitas produk maka semakin meningkatkan kepuasan nasabah. Dengan demikian hipotesis 2 yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dapat diterima.Berdasarkan uji simultan antara kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap tingkat kepuasan nasabah terdapat pengaruh yang signifikan dengan nilai signifikan 0,000 < 0,05. Dengan demikian pengujian hipotesis 3 yang menyatakan kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah dapat diterima.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

**Tabel 2.1**
**Penelitian Terkait**

| No | Identitas Peneliti | Hasil | Persamaan/Perbedaan |
|---|---|---|---|
| 1 | Salmawati (2019) Pengaruh Bagi Hasil Terhadap Jumlah Dana Deposito Mudarabah Pada BNI Syariah Periode 2014-2017 | Penelitian ini dianalisis dengan analisis regresi sederhana sehingga menghasilkan kesimpulan bagi hasil berpengaruh positif dan signifikan terhadap jumlah deposito mudharabah pada BNI Syariah sebesar 32% dan taraf signifikan <0,05 selebihnya dipengaruhi oleh beberapa faktor lain seperti inflasi dan *financing to deposit ratio* (FDR), artinya bagi hasil mempunyai peran penting terhadap pertumbuhan jumlah dana deposito mudharabah | Penelitian yang dilakukan Sama-sama meneliti tetang deposito mudharabah pada bank syariah. Perbedaan penelitian salmawati (2019) ini meneliti tentang pengaruh bagi hasil terhadap jumlah dana deposito mudharabah pada BNI Syariah periode 2014-2017 |
| 2 | Hapsari (2015) Analisis Pelayanan Bank Dan Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Ungaran | Berdasarkan hasil analisis data yang ditentukan dapat diambil kesimpulan bahwa pelayanan yang diberikan nasabah BSM KCP Ungaran sudah menempati posisi puas. Rasa puas bagi nasabah tercipta dari pelayanan yang baik yang menciptakan kenyamanan nasabah terhadap fasilitas yang tersedia dari pihak bank. | Persamaan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang loyalitas pada bank syariah. Perbedaan adalah penelitian yang dilakukan oleh Riska Hapsari (2015) meneliti mengenai analisis pelayanan bank dan loyalitas nasabha pada bank syariah mandiri kantor cabang pembantu ungaran |

**Tabel 2.1-Lanjutan**

| No | Identitas Peneliti | Hasil | Persamaan/Perbedaan |
|---|---|---|---|
| 3 | Fauziah (2017) Pengaruh kualitas layanan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah dengan *Corporate Image* sebagai Variable moderating | Hasil dari uji yang dilakukan menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan tidak berpengaruh nasabah secara individu, secara simultan kualitas layanan dan kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah terhadap loyalitas nasabah secara individu, secara simultan kualitas layanan dan kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah | Persamaan di penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang kepuasan dan loyalitas nasabah Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Fauzian (2017) meneliti mengenai pengaruh kualitas layanan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah bank Syariah dengan Corporate Image sebagai variabel moderating |
| 4 | Anisah (2018) Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pertumbuhan Deposito *Mudharabah* Bank Syariah | Pertumbuhan deposito mudharabah 1 bulan perbankan syari'ah sebagai variabel terikat Dipengaruhi secara signifikan oleh variabel bebas tingkat bagi hasil deposito mudharabah bank syari'ah dan tingkat suku bunga deposito 1 bulan bank konvensional, dan ukuran perusahaan. Sedangkan untuk variabel bebas likuiditas dan inflasi tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel terikat deposito mudharabah 1 bulan bank syariah. | Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang deposito pada Bank syariah Perbendaan penelitian yang dilakukan oleh Nur Anisah meneliti tentang Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pertumbuhan Deposito *Mudharabah* Bank Syariah |

**Tabel 2.1-Lanjutan**

| No | Identitas Peneliti | Hasil | Persamaan/Perbedaan |
|---|---|---|---|
| 5 | Sujita (2018) Penerapan Mekanisme Deposito Mudharabah pada Produk Simpanan Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah | Mekanisme deposdito mudharabah yang ada di BPRS Mitra Agro Usaha yaitu sesuai dengan SOP yang ada. BPSR Mitra Agro Usaha bertindak sebagai pengelola dana (mudharib)dan nasabah sebagai pemilik dana (shahibul maal). Penarikan dana oleh nasabah BPRS Mitra Agro Usaha hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan akad antara nasabah dan BPRS Mitra Agro Usaha | Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang deposito pada bank syariah.<br><br>Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Sujita (2018) meneliti tentang penerapan mekanisme deposito mudharabah pada produk simpanan syariah dalam meningkatkan jumlah nasabah. |
| 6 | Sufiati (2019) Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh) | Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap tingkat kepuasaan nasabah (Studi Kasus pada Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh), dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:<br>Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasana nasabah, kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan Memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah dapat diterima. | Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang tingkat kepuasan nasabah.<br>Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Sufiati (2019) meneliti tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh) |

**Tabel 2.1-Lanjutan**

| No | Identitas Peneliti | Hasil | Persamaan/Perbedaan |
|---|---|---|---|
| 7 | Utaminingsih (2010) Analisis Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Ditinjau dari Kualitas Pelayanan Bank (PT. Bank Rakyat Indonesia, Kantor Cabang Solo) | Tidak ada pengaruh positif antara pengaruh kepuasan nasabah penyimpan terhadap loyalitasnya ditinjau dari kualitas pelayanan bank untuk prosedur menyimpan tidak ada pengaruh positof antara pengaruh kepuasan peminjam terhadap loyalitas ditinjau dari kualitas pelayanan bank untuk prosedur meminjam | Persamaan dengan penelitian ini adalah menganalisis kepuasan dan loyalitas nasabah. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Indah Dian Utaminingsih adalah Analisis Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Ditinjau dari Kualitas Pelayanan Bank (PT. Bank Rakyat Indonesia, Kantor Cabang Solo) |

Sumber : Data diolah (2022)

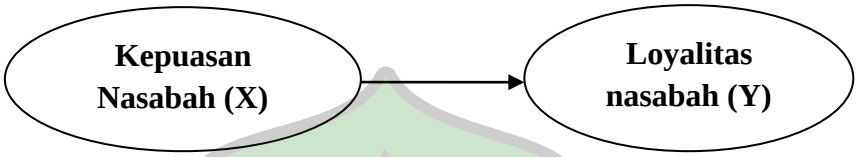
## 2.5 Kerangka Berfikir

Menurut Fitriyani (2016) mendefiniskan bahwa Kerangka konsep adalah sebuah kerangka yang menjelaskan bagaimana suatu teori yang berhubungan, yang dapat dibangun berdasarkan teori, pustaka serta penelitian-penelitian terdahulu yang telah dideskripsikan sera dianalisis secara kritis dan sistematis sehingga dapat menghasilkan hubungan satu variabel dengan variabel lainnya untuk diteliti.

Pada penelitian mengambil tiga variabel independen dan satu variabel dependen untuk diteliti. Variabel independen yaitu variabel kepuasan nasabah. Sedangkan variabel dependen adalah loyalitas nasabah.

Sehingga kerangka konseptual yang bisa digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Gambar 2. 1**
**Kerangka Berfikir**




Sumber: Data diolah (2022)

Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana penerapan produk deposito pada Bank Muamalat Indonesia. Dalam penelitian ini peneliti ingin mengkaji bagaimana tingkat kepuasan terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan produk deposito yang ada pada Bank Muamalat Indonesia. Dari penjelasan teori, peneliti akan meneliti lebih lanjut tentang tingkat kepuasan nasabah dalam menggunakan produk deposito sehingga apakah bisa menciptakan loyalitas nasabah dalam menggunakan produk deposito pada Bank Muamalat Indonesia.

## 2.6 Hipotesis

Fauziah (2017) mengemukakan bahwa kepuasan nasabah menjadi salah satu faktor dalam mempengaruhi loyalitas dari nasabah. Sehingga dengan tercapainya kepuasan nasabah maka akan tercapai juga loyalitas nasabah dalam menggunakan produk atau jasa. Begitu juga sebaliknya apabila kepuasan nasabah tidak tercapai maka loyalitas nasabah tidak akan terbentuk.

Sugiyono (2010:64) menjelaskan tentang hipotesis sebagai berikut: hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta–fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empiris.

Adapun berdasarkan studi penelitian sebelumnya banyak yang menyatakan bahwa adanya pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah. Jadi berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis (dugaan sementara) pada penelitian ini adalah

Ho :Tidak terdapat pengaruh yang signifikan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan produk deposito pada PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Banda Aceh

Ha :Terdapat pengaruh yang signifikan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan produk deposito pada PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Banda Aceh

جامعة الرانري
AR-RANIRY

# BAB III
# METODE PENELITIAN

## 3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif merupakan suatu cara yang digunakan untuk menjawab masalah penelitian yang berkaitan dengan data berupa angka. Menurut Sudjana dan Ibrahim (2001) penelitian kuantitatif adalah penelitian yang didasari pada asumsi, kemudian ditentukan variabel, dan selanjutnya dianalisi dengan metode-metode penelitian yang valid, terutama dalam penelitian kuantitatif.

Metode penelitian ini menerjemahkan data menjadi angka untuk menganalisis hasil temuannya. Penelitian kuantitatif dapat bersifat deskriptif, korelasi, dan asosiatif berdasarkan hubungan antarvariabelnya. Penelitian kuantitatif deskriptif biasanya hanya mengukur tingkat suatu variabel pada populasi dan sampel, sementara korelasi dan asosiatif melihat hubungan antara dua variabel atau lebih. Jika kuantitatif korelasi hanya menunjukkan hubungan, asosiatif berusaha mencari hubungan sebab-akibat antara variabel-variabel terkait.

## 3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat yang akan dilakukan penelitian dalam melihat kondisi yang sebenarnya terjadi pada objek yang diteliti yang bertujuan untuk mendapatkan data – data penelitian yang benar adanya ataupun yang akurat. Penelitian ini

dilakukan pada PT. Bank Muamalat Indonesia kantor Cabang Banda Aceh.

### 3.3 Populasi dan Sampel

Dalam penelitian variable, populasi didefinisikan sebagai kelompok subjek yang hendak dikenai generalisasi hasil penelitian. Sebagai suatu populasi, kelompok subjek ini harus memiliki populasi ciri-ciri atau karakteristik-karakteristik variable yang membedakannya dari kelompok subjek yang lain (Azwar, 2007:77). Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh nasabah deposito pada PT. Bank Muamalat Syariah cabang Banda Aceh yaitu berjumlah 35 orang.

Sampel adalah variable dari populasi. Karena sampel merupakan bagian dari populasi, maka harus memiliki ciri-ciri yang dimiliki oleh populasinya (Azwar, 2007:79). Sampling pada penelitian menggunakan *non probability sampling*, yaitu pengambilan sampel yang didasarkan leh kriteria yang telah ditentukan. Sedangkan tehnik sampling pada penelitian ini adalah *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel yang didasarkan oleh beberapa kriteria yang ditentukan oleh peneliti. Pada penelitian ini pengambilan sampel akan didasarkan oleh beberapa kriteria yaitu nasabah PT. Bank Muamalat cabang Banda Aceh dan nasabah yang mengambil produk deposito pada PT. Bank Muamalat cabang Banda Aceh. Nasabah yang mengambil produk deposito berjumlah 35 orang, dikarenakan data yang kurang dari

100 data maka populasi yang ada harus diambil semua (Arikunto, 2010). Sehingga dapat disimpulkan bahwa sampel pada penelitian ini berjumlah 35 responden.

## 3.4 Definisi dan Operasional Variabel

### 3.4.1 Definisi Variabel

Variable penelitian adalah objek penelitian atau apa yang menjadi perhatian suatu penelitian (Arikunto, 2002:96). Berikut variable yang akan diteliti dalam penelitian ini

1. Variable Bebas (*independent variable)*

   Variable bebas adalah variable yang diselidiki pengaruhnya, yaitu kepuasan nasabah (X) PT Bank Muamalat Indonesia Cabang Banda Aceh

2. Variable Terikat (*dependent variable)*

   Variable terikat adalah variable yang diramalkan akan timbul dalam hubungan fungsional, yaitu loyalitas nasabah (Y) pada PT Bank Muamalat Indonesia cabang Banda Aceh.

### 3.4.2 Operasional Variabel

Pengukuran variable kepuasan nasabah tersebut dilakukan dengan cara membandingkan antara harapan dan kinerja dari kualtas pelayanan yang diberikan PT. Bank Muamalat Indonesia cabang Banda Aceh kepada nasabah yang mengambil produk deposito.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Loyalitas dapat diartikan sebagai suatu kesetiaan. Kesetiaan ini timbul tanpa adanya paksaan, tetapi timbul dari kesadaran sendiri pada masa lalu. Usaha yang dilakukan untuk menciptakan kepuasaan konsumen lebih cenderung mempengaruhi sikap konsumen. Sedangkan konsep loyalitas konsumen lebih menekankan kepada perilaku pembeliannya.

**Tabel 3. 1**
**Operasionalisasi variable kepuasan dan loyalitas nasabah**

| Variabel Penelitian | Dimensi | Indikator |
|---|---|---|
| Kepuasan Nasabah | Kualitas layanan | 1. Pelayanan tepat waktu<br>2. Pelayanan simpatik<br>3. Pelayanan diandalkan<br>4. Pelayanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan<br>5. Pelayanan dalam menanggapi setiap keinginan nasabah<br>(Panjaitan&Yulianti, 2016) |
| | Kulaitas Produk | 1. Kepercayaan, keyakinan dan kejujuran dalam penyampaian jasa<br>2. Kepercayaan keyakinan dan kejujuran dalam penyampaian kelengkapan jasa yang ditawarkan<br>(Payne, 1993) |
| | Nilai Bagi Nasabah | 1. Memenuhi keinginan pelanggan dalam kualitas produk dan manfaat produk<br>2. Managemen mengerti dan memahami kebutuhan pelanggan untuk Mendapatkan sebuah produk/jasa<br>3. Fasilitas yang diberikan kepada nasabah<br>(Monroe, 2002) |

جامعة الرانري
AR-RANIRY

**Tabel 3. 1-Lanjutan**

| Variabel Penelitian | Dimensi | Indikator |
|---|---|---|
| Loyalitas | Word of communication | 1. Nasabah selalu mengatakan hal-hal yang baik kepada orang lain<br>2. Nasabah merekomendasikan pelayanan kepada nasabah lain<br>3. Nasabah memberikan dorongan kepada orang lain untuk mendatangi perusahaan jasa tersebut<br>(Joesyina Kiki, 2011) |
| | Purchase Intentions | 1. Nasabah akan selalu menggunakan jasa dari perusahaan tersebut di tahun selanjutnya<br>2. Nasabah mengurangi kunjungan ke perusahaan jasa lain<br>(Stevina&Karin, 2015) |
| | Price Sensitivity | Nasabah akan pindah ke perusahaan jasa yang menawarkan harga yang lebih baik |
| | Complaining Behaviour | 1. Nasabah akan beralih kepada perusahaan jasa yang lain jika mengalami masalah dengan pelayanan<br>2. Nasabah akan mengatakan kepada nasabah yang lainnya jika terjadi masalah pelayanan<br>(Tauriana&Cristine, 2011) |

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2022)

## 3.5 Skala Pengukuran

Skala pengukuran adalah peraturan yang menggunakan notasi berupa bilangan dalam pengukuran. Dalam penelitian ini,

tehnik dalam pengukuran data menggunakan skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat serta persepsi dari seseorang atau sekelompok orang mengenai fenomena sosial. Menurut Budiadji (2013) ada beberapa skalapengukuran yang dapat digunakan dalam sebuah penelitian, diantaranya skala thurstone, skala guttman dan skal likert. Skala thurstone digunakan untuk menduga referensi indinidu dengan menggunakan nilai berupa frekuensi responnya. Skalam guttman adalah kumulatif yaitu apabila individu menyetujui satu butir pertanyaan maka semua butir pertanyaan harus disetujui. Sedangkan skala likert adalah beberapa butir pertanyaan dan disediakan lima butir titik pilihan pada setiap butirnya.

Adapun macam-macam skala pengukuran adalah skala *nominal,* skala *interval,* dan skala *rasio.* Skala yang digunakan pada penelitian ini adalah skala *ordinal* yang kemudian diubah menjadi skala *interval* menggunakan metode *method of succeive interval.* Sugiyono (2014), skala likert digunakan untuk mengukur tingkat sikap, fenomena sosial, pendapat dan persepsi seseorang terhadap sesuatu. Dalam penelitian ini fenomena sosial telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala likert maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan dan pernyataan. Skala likert ini disusun dikategorikan lima pertanyaan yang

جامعة الرانري
AR-RANIRY

dirancang dalam bentuk angket dan diberi dengan nilai 1 – 5 (satu sampai lima), seperti pada tabel 3.2.

**Tabel 3. 2**
**Skor Item Variabel Kepuasan Nasabah Deposito**

| Keterangan | Skor |
|---|---|
| Sangat Setuju | 5 |
| Setuju | 4 |
| Cukup Setuju | 3 |
| Tidak Setuju | 2 |
| Sangat Tidak Setuju | 1 |

Sumber : Sugiyono (2014)

## 3.6 Tekhnik Pengumpulan Data

Tekhnik pengumpulan data yang digunakan peneliti untuk melakukan penelitian mengenai analisis tingkat kepuasan dan loyalitas nasabah, yaitu:

1. Kuesioner

   Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang didistribusikan untuk diisi dan dikembalikan atau dapat dijawab di bawah pengawasan peneliti. Kuesioner ini digunakan untuk mengumpulkan data mengenai kepuasan dan loyalitas nasabah PT. Bank Muamalat indonesia cabang Banda Aceh. Kuesioner diberikan kepadan nasabah deposito. Kuesioner dalam penelitian ini berbentuk tertutup, nasabah hanya perlu memilih alternatif jawaban yang telah

disediakan oleh peneliti sesuai dengan apa yang dirasakan oleh nasabah itu sendiri.

2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan suatu metode pengumpulan data dengan cara mengambil catatan atau dokumen yang tersedia. Pada penelitian ini dokumentasi dilakukan pada PT. Bank Muamalat Indonesia cabang Banda Aceh.

## 3.7 Tehnik Pengolahan Data

Setelah semua data telah terkumpul dengan lengkap maka tahap selanjutnya adalah pengolahan data. Langkah-langkah dari pengolahan data sebagai berikut :

### 3.7.1 *Editing*

Tahap *editing* adalah memeriksa daftar pertanyaan yang telah terkumpul dari lapangan. Jadi, setelah angket diisi serta dikembalikan oleh reponden, maka peneliti segera memeriksa dan meneliti satu persatu. Peneliti berusaha memeriksa ataupun meneliti sedetail mungkin terhadap angket yang telah disebarkan kepada responden. Hal ini bertujuan untuk menghindari dari kesalahan ataupun data penelitian.

### 3.7.2 *Scoring*

Setelah tahap *editing* selesai, maka tahap kedua adalah *scoring*. Yang dimaksud dengan *scoring* adalah memberikan skor ataupun nilai terhadap item-item pertanyaan yang terdapat pada

جامعة الرانري
AR-RANIRY

angket. Setiap jawaban mempunyai nilai tersendiri untuk menghitung data.

### 3.7.3 *Tabulating*

Setelah tahap *editing* dan tahap *scoring* selesai maka tahap terakhir adalah *tabulating.* Yang dimaksud dengan *tabulating* adalah memasukkan data yang telah terkumpul pada tabel yang kemudian menghitungnya sesuai angka yang didapat. Setelah selesai persiapan data silakukan, tahap selanjutnya adalah mengolah serta menganalisis data tersebut kedalam bentuk statistik.

## 3.8 Uji Instrumen

### 3.8.1 Uji Validitas

Sekaran (2006) menyatakan bahwa uji validitas adalah uji yang dilakukan untuk memastikan kemampuan dari sebuah skala yang bertujuan untuk mengatur konsep yang ingin diperoleh. Tujuan dari uji validitas adalah untuk mengetahui apakah item – item yang telah disajikan dalam angket akan mampu mengetahui dengan pasti apa yang akan diteliti selain itu uji validitas juga dilakukan untuk mengetahui instrumen dalam mengukur sebuah variabel dari penelitian.

Sugiyono (2013) mengungkapkan apabila koefesien antara item dengan total keseluruhan dari item memiliki nilai sama ataupun di atas nilai 0,50, maka item tersebut dinyatakan *valid*, akan tetapi apabila nilainya di bawah 0,50 maka itrm tersebut dinyatakan tidak *valid.*

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Setelah itu, akan dibandingkan dengan nilai kritisnya. Bila dihitung $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka data tersebut *valid* (signifikan) dan layak digunakan dalam pengujian hipotesis penelitian. Akan tetapi jika sebaliknya $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka data terseut tidak *valid* (tidak signifikan) dan tidak akan diikut sertakan dalam pengujian hipotesis penelitian. Data yang valid berikutnya akan dilakukan uji reliabilitas.

### 3.8.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengumpulkan variabel penelitian reliabel atau tidak (Sugiyono, 2010). Sugiyono (2013) juga mengungkapkan bahwa reliabilitas adalah pengukuran yang dilakukan dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *Cronbach Alpha*, untuk mengetahui tingkat reliabilitas instrumen dari variabel sebuah penelitian. Suatu kuesioner dikatakan handal jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,60 (Ghozali, 2011)

## 3.9 Uji Asumsi Klasik

### 3.9.1 Uji Normalitas

Uji normalitas yang digunakan pada model regresi bertujuan digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi berdistribusi bersifat normal atau tidak. Model regresi yang bisa dikatakan normal adalah model regresi yang memiliki nilai residual yang memiliki distribusi secara

normal. Beberapa metode uji normalitas yaitu dengan melihat penyebaran data pada sumber diagonal pada grafik *Normal Probability Plotof Regression Standarlized Residual* atau *Skewness* dan *Kurtosis.*

Pada penelitian ini akan digunakan uji normalitas *Normal Probability Plotof Regression Standardized Residual.* Distribusi normal akan membentuk garis lurus diagonal dan ploting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonalnya. Ghozali menyatakan bahwa dasar dari pengambilan keputusan untuk uji normalitas dengan *probability Plot* adalah sebagai berikut :

1) Jika data menyebar disekitar gari diagonal dan mengikuti arah diagonal atau grafik histogramnya maka distribusi normal, model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2) Jika data menyebar jauh dari data garis diagonal dan tidak mengikuti arah diagonal atau grafik histogramnya maka distribusi normal dan model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

### 3.9.2 Uji Heteroskedasitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Menurut Ghozali (2005) bahwa jika varian data residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Dalam penelitian ini, untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dengan cara melihat grafik *Scatter Plot*. Adapun dasar pengambilan keputusan yaitu sebagai berikut:

1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas.
2) Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

## 3.10 Uji Regresi Sederhana

Model Regresi penelitian ini adalah:

$$\mathbf{Y = \alpha + bX} \qquad \mathbf{(3.2)}$$

Keterangan:

Y : Keputusan

$\alpha$ : Konstanta

X : Koefisien regresi, yaitu besarnya perubahan yang terjadi pada Y jika satu unit perubahan pada variabel bebas (variabel X)

## 3.11 Uji Hipotesis

### 3.11.1 Koefesien Determinasi

Uji determinasi bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, jika $R^2$ = 100% berarti variabel independen berpengaruh sempurna

terhadap variabel dependen, demikian sebaliknya jika $R^2 = 0$ berarti variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Nilai $R^2$ yang semakin tinggi menjelaskan bahwa semakin cocok variabel independen menjelaskan variabel dependen. Semakin kecil nilai $R^2$ berarti semakin sedikit kemampuan variabel-variabel independen untuk menjelaskan variabel dependen.

Hal-hal yang perlu diperhatikan mengenai koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

1) Nilai $R^2$ harus berkisar 0 sampai 1 ( $0 < R^2 < 1$)
2) Apabila $R^2 = 1$ berarti terjadi kecocokan sempurna dari variabel independen menjelaskan variabel dependen.
3) Apabila $R^2 = 0$ berarti tidak ada hubungan sama sekali antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Oleh karena dalam analisis regresi berganda menggunakan lebih dari satu variabel independen, maka nilai yang diambil adalah nilai *Adjusted R-Square*)

### 3.11.2 Uji-t

Dalam melakukan analisis data pada penelitian ini, menggunakan uji hipotesis antara lain uji t (parsial).

$$\mathbf{t} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \qquad \textbf{(3.3)}$$

جامعة الرانري
AR-RANIRY

dimana:

Ho : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan kepuasan terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan produk deposito pada PT. Bank Muamalat Indonesia Banda Aceh.

Ha : Terdapat pengaruh yang signifikan kepuasan terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan produk deposito pada PT. Bank Muamalat Indonesia Banda Aceh**.**

Ketentuan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut:

Jika tingkat signifikan ≤ 5%, maka Ho di tolak dan Ha diterima.

Jika tingkat signifikan ≤ 5%, maka Ho di terima dan Ha ditolak.

# BAB IV
# HASIL DAN PEMBAHASANNYA

## 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Bank Muamalat Indonesia memulai perjalanan bisnisnya sebagai Bank Syariah pertama di Indonesia pada 1 November 1991 atau 24 Rabi'us Stani 1412 H dan resmi beroperasi pada 1 Mei 1992 atau 27 Syawal 1412 H. Pendirian Bank Muamalat Indonesia digagas oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI), Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan pengusaha muslim yang kemudian mendapat dukungan dari pemerintah Republik Indonesia. Sejak resmi beroperasi Bank Muamalat Indonesia terus berinovasi dan mengeluarkan produk-produk keuangan syari'ah seperti Asuransi Syariah (asuransi tafakul), Dana Pensiun Lembaga Keuangan Muamalat (DPLK Muamalat), Multifinance Syariah (*Al-Ijarah Indonesia Finance*), Shar-e Gold Debit sebagai kartu debit Syariah dengan teknologi chip pertama di Indonesia serta layanan *e-channel* seperti *internet banking, mobile banking,* ATM, dan *cash management.* Seluruh produk-produk tersebut menjadi pionir produk Syariah di Indonesia dan menjadi tonggak sejarah penting di industri perbankan Syariah.

Seiring berjalannya tahun kapasitas Bank Muamalat yang semakin diakui oleh masyarakat Indonesia, Bank Muamalat semakin melebarkan sayap dengan terus menambah jaringan kantor cabangnya di seluruh wilayah Indonesia. Kemudian pada tahun 2009, Bank Muamalat memperoleh izin untuk membuka kantor

cabang luar negri di Kuala Lumpur, Malaysia dan menjadi bank pertama Indonesia sertasatu-satunya bank Indonesia yang mewujudkan ekspansi bisnis hinggs ke Malaysia. Hingga saat ini, tercata Bank Muamalat telah memiliki 278 kantor layanan termasuk 1 (satu) kantor cabang di Malaysia. Operasional Bank juga didukung oleh jaringan layanan yang luas berupa 710 unit ATM muamalat, 120.000 jaringan ATM Bersama dan ATM Prima, 103 Mobil Kas Keliling (*mobile branch*) serta lebih dari 11.000 jaringan ATM di Malaysia melalui Malaysia *Electrinic Payment* (MEPS).

### 4.1.1 Visi dan Misi Bank Muamalat

1. Visi

   Menjadi bank Syariah terbaik dan termasuk dalam 10 besar bank di Indonesia dengan eksistensi yang diakui tingkat regional.

2. Misi

   Membangun Lembaga keuangan Syariah yang unggul dan berkesinambungan dengan penekanan pada semangat kewirausahaan berdasarkan prinsip kehati-hatian, keunggulan sumber daya manusia yang islami dan professional serta orientasi investasi yang inovatif untuk memaksimalkan nilai kepada seluruh pemangku kepentingan.

### 4.1.2 Produk dan Layanan

Bank Muamalat menyediakan berbagai produk dan layanan keuangan yang dikelompokkan dalam 3 bagian yaitu, produk

penghimpun dana, produk penyaluran dana, dan layanan. Ketiga pengelompokan bagian tersebut akan disebutkan dan dijelaskan secara rinci sebagai berikut

**1. Produk Penghimpun Dana**

Produk penghimpun dana Bank adalah sebagai berikut:

1) Tabungan iB Muamalat

Tabungan dalam mata uang Rupiah yang dapat digunakan untuk beragam jenis transaksi, memberikan akses yang mudah, serta manfaat yang luas. Tabungan Muamalat kini hadir dengan dua pilihan kartu ATM/ Debit yaitu Kartu *Shar-E Reguler* dan *Shar-E Gold*. Berikut macam-macam bentuk tabungan iB Muamalat.

a. Tabungan iB Muamalat Dollar
b. Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah
c. Tabungan iB Muamalat Rencana
d. Tabungan Ku iB
e. Tabungan iB Muamalat Prima
f. Deposito Mudharabah
g. Giro iB Muamalat Attijary
h. Giro iB Muamalat Ultima

2) Dana Pensiun Muamalat

DPLK Muamalat dapat diikuti oleh nasabah yang berusia minimal 18 tahun, atau sudah menikah, dengan pilihan usia pension dan iuran pension yang terjangkau, yaitu minimal Rp 20.000 (dua puluh ribu rupiah) per bulan dan

pembayarannya dapat didebet secara otomatis dari rekening Bank Muamalat Indonesia atau dapat ditransfer dari bank lain.

**2. Produk Pembiayaan**

Produk pembiayaan yang disalurkan oleh Bank adalah sebagaiberikut:

1) KPR iB Muamalat

KPR iB Muamalat adalah produk pembiayaan yang akan membantu nasabah untuk memiliki rumah tinggal/apartemen baru (*indent/ready stock*) maupun *secondary*. Pembiayaan ini juga dapat digunakan untuk pengalihan *take over* KPR dan bank lain, pembangunan, dan renovasi rumah tinggal.

2) iB Muamalat Umroh

Fasilitas ini disediakan bagi para nasabah dengan tujuan membiayai perjalanan ibadah umroh.

3) iB Muamalat Karyawan

Pembiayaan yang diberikan oleh bank kepada koperasi karyawan untuk disalurkan kepada para anggotanya (pegawai BUMN/PNS/Swasta) yang diajukan secara berkelompok.

4) iB Muamalat Multiguna

Pembiayaan untuk memenuhi kebutuhan nasabah dalam pembelian barang halal (selain tanah, bangunan, mobil, dan

جامعة الرانري
AR-RANIRY

emas) serta sewa jasa yang dibolehkan secara Syariah (selain pembiayaan haji dan umrah)

5) iB Muamalat Pensiun

   iB Muamalat Pensiun adalah fasilitas pembiayaan yang diberikan oleh Bank Muamalat kepada para pension PNS/TNI/Polri/BUMN/BUMD/ Swasta untuk pembelian barang konsumtif yang halal atau sewa jasa halal.

6) Pembiayaan Autoloan (*Via Multifinance*)

   Pembiayaan yang diberikan kepada *end user* dengan tujuan pembelian kendaraan bermotor (mobil dan motor) melalui perusahaan *multifinance* yang bekerja sama dengan Bank Muamalat Indonesia

7) iB Modal Kerja SME

   Pembiayaan jangka pendek dengan Prinsip Syariah yang diberikan kepada nasabah untuk memenuhi kebutuhan modal kerja usaha/bisnis dengan tujuan produktif.

8) iB Rekening Koran Muamalat

   Pembiayaan jangka pendek untuk modal kerja yang bersifat fluktuatif dengan perputaran transaksi yang cepat dengan penarikan dana yang dapat dilakukan sesuai kebutuhan melalui cek atau bilyet giro.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

**3. Layanan**

1. Perbankan Internasional (*Remittance*)

1) Kas Kilat

Kas kilat adalah layanan yang diberikan oleh bank kepada nasabah/masyarakat lainnya, untuk menerima kiriman uang, baik tunai maupun non-tunai khususnya dari WNI yang bermukim di luar negeri (Tenaga Kerja Indonesia atau Ekspatriat).

2) *Incoming Muamalat Remittance iB*

Adalah kiriman uang masuk dalam denominasi valuta asing yang ditujukan kepada penerima, baik untuk diterima tunai ataupun dikreditkan kerekening penerima yang merupakan nasabah Bank.

3) *Outgoing Muamalat Remittance iB*

Adalah kiriman uang keluar dalam deniminasi valuta asing yang ditujukan kepada penerima, baik untuk diterima tunai ataupun dikreditkan kerekening penerima pada bank lain, baik didalam maupun diluar negeri, sesuai dengan instruksi pengirman melalui Bank.

4) Tabungan Nusantara

Adalah tabungan Syariah yang dikelola dengan akad bagi hasil dengan tambahan keuntungan kemudahan *remittance*, sehingga selain menabung ganda juga mudah melakukan transaksi *remittance.* Tabungan Nusantara merupakan

جامعة الرانري
AR-RANIRY

tabungan yang bebas biaya administrasi (untuk saldo rata-rata tertentu).

5) *Trade Finance*

a. Ekspor Produk dan layanan transaksi ekspor yang diberikan kepada nasabah/eksportir Bank meliputi:

- *Advising* L/C
- *Outward Bills*
- *Negotiation*
- L/C Transfer Layanan

b. Impor Produk dan layanan transaksi impor yang diberikan kepada nasabah/importir Bank meliputi:

- *Letter Of Credit* (L/C)
- Surat KreditBerdokumendalam Negeri (SKBDN)
- Bank Garansi
- *Standby* L/C
- Deposito Plus
- *Trust Receipt*
- *Buyer Financing*
- *AR Financing*

6) Layanan 24 Jam

a. ATM Muamalat

ATM Muamalat dilengkapi dengan berbagai fitur untuk memudahkan anda melakukan info saldo, cetak 5 transaksi terakhir, pembayaran tagihan, pembelian pulsa

isi ulang, pembelian tiket, pembayaran uang sekolah dan pembayaran ZIS .

b. *Muamalat Mobile*

*Muamalat Mobile* adalah aplikasi yang meliputi lokasi ATM/Cabang, info produk, Call Center 1 500 016, Bahasa, kiblat, jadwal sholat dan aplikasi Haji dan Umroh. Mobile Banking Bank Muamalat Indonesia menawarkan kemudahan dalam bertransaksi secara real time, aman dan praktis menggunakan perangkat *smartphone* nasabah melalui koneksi internet. Dalam fitur yang bisa di akses adalah pemindah bukuan, transfer antar bank, cek saldo, pembayaran tagihan, pembelian serta 10 transaksi terakhir dan mutase rekening.

c. *Internet Banking* Muamalat

Layanan ini bertujuan untuk memudahkan nasabah Ritel (individu) dalam melakukan transaksi financial seperti pemindah bukuan, transfer antar bank, pembayaran tagihan, dan pembelian pulsa serta transaksi *non-finansial* seperti cek saldo, 5(lima) transaksi terkahir dan cek mutasi.

d. *Cash management* System

Layanan ini lebih berkonsentrasi pada nasabah korporat. Dalam layanan ini, Bank Muamalat Indonesia menyelenggarakan penerimaan pemasukan,

جامعة الرانري
AR-RANIRY

pembayaran/pengeluaran dana serta mengelola likuiditas Bank.

e. Sala Muamalat

Merupakan layanan Phone Banking 24 jam yang memberikan kemudahan kepada nasabah setiap saat dan dimanapun nasabah berada untuk memperoleh informasi mengenai produk, saldo dan informasi transaksi, transfer antar rekening Bank Muamalat Indonesia serta pembayaran ZIS.

### 4.1.3 Karakteristik Produk Deposito pada Bank Muamalat

Deposito *Mudharabah* iB Muamalat merupakan produk penyimpanan dana dalam bentuk deposito dengan menggunakan akad *mudharabah*, tujuannya untuk investasi jangka waktu tertentu yang dipilih oleh nasabah sesuai dengan keinginannya baik itu 1, 3, 6, atau 12 bulan, apabila dana ditarik sebelum waktu jatuh tempo maka akan dikenakan pinalti sesuai dengan kebijakan dari bank. Deposito juga dapat diperpanjang secara otomatis atau sering disebut *automatic roll over* (*ARO*) dan bisa juga perpanjangan secara biasa saja atau *non automatic roll over* (*non ARO*).

Produk Bank Muamalat yaitu Deposito Mudharabah iB Muamalat hanya menggunakan akad mudharabah mutlaqah saja, sehingga Bank Muamalat memiliki kebebasan untuk melakukan kegiatan usahanya yang tidak dibatasi oleh
waktu, tempat maupun jenis usahanya. Dalam hal ini nasabah tidak bisa mengerti

usaha apa yang dilakukan oleh Bank Muamalat, nasabah hanya mempercayakan bahwa usaha yang dilakukan oleh Bank Muamalat pasti baik.

Dana deposito tersebut telah dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS) dengan berbagai syarat yang sudah ditentukan, dan dana bagi hasil yang ditawarkan oleh Bank Muamalat setiap bulannya tidak pasti sesuai dengan perhitungan yang dilakukan oleh pusat, bagi hasil sendiri diberikan pada akhir periode investasi yang nantinya hasilnya dapat digabung dengan dana yang didepositkan diawal untuk menambah deposit untuk periode berikutnya atau bisa juga di *transfer* ke rekening tabungan Bank Muamalat.

a. Syarat Pembukan Rekening Deposito

Nasabah baru yang akan membuka deposito harus melengkapi beberapa syarat yang sudah ditentukan oleh bank, kelengkapan dokumen untuk pembukaan rekening menjadi salah satu syarat yang harus dipenuhi oleh nasabah. Syarat yan harus dilengkapi oleh nasabah adalah :

Perorangan

- Melengkapi formulir pembukaan rekening
- Fotokopi identitas diri :
  WNI : KTP/SIM
  WNA : KITAS/KITAP, paspor dan surat referensi
- Lampirkan nomor wajib pengguna pajak (NPWP)
- Surat pernyataan terkait warga negara Indonesia (WNI) atau,
- *Tax registration* untuk warga negara asing (WNA).

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Non-perorangan

- Melengkapi formulir pembukaan rekening
- Melengkapi berkas seperti:
  NPWP
  Akta pendirian perusahaan
  Izin usaha yaitu TDP dan SIUP bagi badan usaha
  Surat kuasa penunjukan pengelola rekening
  Bukti identitas pemberi dan penerima kuasa

b. Fitur Deposito

Pembukaan rekening memiliki beberapa fitur yang nantinya akan menjadi hak nasabah, antara lain :

| | |
|---|---|
| Akad | : *Mudharabah Mutlaqah* |
| Kategori Nasabah | : Perorangan/ Badan Hukum |
| Setoran Awal | : Rp. 5.000.000,- / USD 1.000 |
| Jangka Waktu | : 1, 3, 6, dan 12 bulan |

c. Nisbah

Deposito Mudharabah iB Muamalat memiliki nibah bagi hasil bagi nasabah maupun bagi bank, bagi hasil yang diterima oleh nasabah bervariasi sesuai dengan jangka waktu penyimpanan yang dilakukan oleh nasabah. Nisbah bagi hasil yang diterima seperti berikut :

**Tabel 4. 1**
**Nisbah Bagi Hasil**

| Jangka Waktu | Rupiah (%) | | Dollar (%) | |
|---|---|---|---|---|
| | Nasabah | Bank | Nasabah | Bank |
| 1 Bulan | 50 | 50 | 17 | 83 |
| 3 Bulan | 51 | 49 | 19 | 81 |
| 6 Bulan | 53 | 47 | 21 | 79 |
| 12 Bulan | 54 | 46 | 23 | 77 |

Sumber: Bank Muamalat Indonesia, 2021.

d. Penutupan Sebelum Jatuh Tempo

Nasabah yang memiliki rekening deposito yang menutup rekeningnya sebelum jatuh tempo maka akan dikenakan biaya pinalti, biaya pinalti sesuai dengan waktu jatuh tempo, seperti dibawah ini :

**Tabel 4. 2**
**Penutupan Sebelum Jatuh Tempo**

| **Waktu Jatuh Tempo** | **Biaya** | |
|---|---|---|
| | **Rupiah** | **Dollar** |
| Jatuh Tempo < 3 bulan | Rp. 30.000 | USD 5 |
| Jatuh Tempo > 3 bulan | Rp. 50.000 | |

Sumber: Bank Muamalat Indonesia, 2021.

e. Keuntungan

Deposito Mudharabah iB Muamalat memiliki banyak keuntungan bagi nasabahnya, sehingga nasabah akan merasa nyaman dalam menyimpan dananya di bank, keuntungan yang didapat seperti berikut :

- Menguntungkan karena akan mendapatkan keuntungan bagi hasil yang menarik dan optimal setiap bulan
- Fleksibel, tersedia pilihan jangka waktu investasi
- Ketenangan hati karena dana investasi akan dikelola secara syariah dan memberikan kenyamanan batin.
- Dapat digunakan sebagai jaminan pembiayaan atau referensi bagi bank Muamalat.

f. Perhitungan Bagi Haisl Deposito Mudharabah IB Muamalat

Perhitungan bagi hasil deposito *mudharabah* iB Muamalat di bank Muamalat dijabarkan seperti berikut :

Bagi Hasil Nasabah = $\frac{Rata-rata\ Dana\ Nasabah}{1000}$ x HI -1000 x $\frac{Rata-rata\ Dana\ Nasabah}{100}$

- HI-1000 adalah angka yang menunjukkan hasil investasi yang diperoleh dari penyaluran setiap seribu rupiah dana yang diinvestasikan oleh bank
- Nisbah adalah bagian/ porsi yang menjadi hak masing-masing pihak antara bank dan nasabah.

## 4.2 Hasil Penelitian

### 4.2.1 Karakteristik Responden

Pada bagian ini penulis akan membahas mengenai karakteristik responden yang berdasarkan jenis kelamin, umur, pendapatan, pekerjaan, pendidikan terakhir dan jangka waktu deposito. Data tersebut diambil dari masing-masing responden, pengumpulan data ini dilakukan dengan menggunakan *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel yang didasarkan oleh beberapa kriteria yang ditentukan oleh peeliti. Penelitian ini dilakukan pada seluruh nasabah yang menggunakan produk deposito pada PT. Bank Muamalat cabang Banda Aceh deng total 35 responden.

#### 4.2.1.1 Karakteristik Berdasarkkan Jenis Kelamin

Responden yang diambil dalam penelitian ini adalah nasabah PT. Bank Muamalat Cabang Banda Aceh yang

menggunakan produk deposito. Adapun responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel dibawah

**Tabel 4. 3**
**Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin**

| No | Jenis Kelamin | Jumlah | Persen |
|---|---|---|---|
| 1. | Laki-Laki | 11 | 31,4% |
| 2. | Perempuan | 24 | 66,6% |
| Total | | 35 | 100% |

Sumber : Data di olah (2022)

Berdasarkan tabel 4.3 dapat disimpulkan bahwa jenis kelamin responden nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Banda Aceh yaitu laki-laki 11 orang (31,4%) sedangkan selebihnya merupakan responden perempuan 24 orang (66,6%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah dari Bank Muamalat Indonesia Cabang Banda Aceh adalah perempuan.

#### 4.2.1.2 Karakteristik Berdasarkkan Usia

Adapun data berdasarkan usia nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Banda Aceh adalah sebagai berikut:

**Tabel 4. 4**
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

| No | Usia | Jumlah | Persen |
|---|---|---|---|
| 1. | 20-29 Tahun | 20 | 62,8% |
| 2. | 30-39 Tahun | 6 | 17,1%% |
| 3. | 40-49 Tahun | 7 | 20% |
| 4. | 50 > | 2 | 5,7% |
| Total | | 35 | 100% |

Sumber : Data diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.4 dapat disimpulkan bahwa karakteristik berdasarkan usia nasabah adalah 20-29 tahun

berjumlah 20 orang atau (57,1%), kemudian nasabah dalam rentang usia 40-49 tahun dengan jumlah 7 nasabah atau 20%, selanjutnya rentang usia 30-39 tahun dengan jumlah 6 nasabah atau 17,1% dan yang terakhir adalah rentang usia 50 tahun ke atas dengan total 2 nasabah atau 5,7%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa usia rata-rata nasabah di bank Muamalat adalah berusia 20-29 tahun.

#### 4.2.1.3 Karakteristik Berdasarkkan Pendidikan Terakhir

Adapun data berdasarkan pendidikan terakhir nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Banda Aceh adalah sebagai berikut:

**Tabel 4. 5**
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

| No | Pendidikan Terakhir | Jumlah | Persen |
|---|---|---|---|
| 1. | SMA | 7 | 20% |
| 2. | D3 | 1 | 2,9% |
| 3. | S1 | 23 | 65,7% |
| 4. | S2 | 4 | 11,4% |
| Total | | 35 | 100% |

Sumber : Data diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.5 dapat dilihat bahwa pendidikan terakhir S1 mendominasi dengan jumlah 23 nasabah atau 65,7%, kemudian disusul oleh nasabah dengan pendidikan terakhir SMA dengan total 7 atau sama dengan 20%, selanjutnya pendidikan terakhir S2 dengan total 4 nasabah atau sama dengan 11,4% dan yang terakhir adalah pendidikan terakhir D3 dengan total 1 nasabah atau sama dengan 2,9%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden atau nasabah yang rata-rata menggunakan produk

جامعة الرانري
AR-RANIRY

deposito di PT. Bank Muamalat cabang Banda Aceh adalah pendidikan terakhir S1.

#### 4.2.1.4 Karakteristik Berdasarkkan Pendapatan

Adapun data berdasarkan pendapatan nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Banda Aceh adalah sebagai berikut:

**Tabel 4. 6**
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan**

| No | Pendapatan | Jumlah | Persen |
|---|---|---|---|
| 1. | 1.500.000 – 3.000.000 | 16 | 45,7% |
| 2. | 3.500.000 – 6.000.000 | 13 | 37,1% |
| 3. | 6.500.000 – 9.000.000 | 6 | 17,2% |
| Total | | 35 | 100% |

Sumber : Data diolah (2022)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa pendapatan nasabah dengan jumlah Rp. 1.5000.000 – 3.000.000 mendominasi dengan total 16 nasabah atau 45,7% kemudian disusul pendapatan dengan jumlah Rp. 3.500.000 – 6.000.000 dengan total 13 nasabah atau 37,1% dan yang terakhir adalah pendapatan dengan jumlah 6.500.000 – 9.000.000 dengan total 6 nasabah atau 17,2%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa rata-rata nasabah yang menggunakan produk depoito pada PT. Bank Muamalat cabang Banda Aceh adalah pendapatan Rp. 1.500.000 – 3.000.000.

#### 4.2.1.5 Karakteristik Berdasarkkan Pekerjaan

Adapun data berdasarkan pekerjaan nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Banda Aceh adalah sebagai berikut:

**Tabel 4. 7**
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

| No | Pekerjaan | Jumlah | Persen |
|---|---|---|---|
| 1. | POLRI/TNI/PNS | 11 | 31,5% |
| 2. | Karyawan Buruh | 2 | 5,7% |
| 3. | Wirausaha | 9 | 25,7% |
| 4. | Pensiunan | 1 | 2,9% |
| 5. | Pegawai Kontrak | 8 | 22,9% |
| 6. | Lainnya | 4 | 11,4% |
| Total | | 35 | 100% |

Sumber : Data diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.5 dapat dilihat bahwa nasabah PT.Bank Muamalat Indonesia Cabang Banda Aceh berprofesi POLRI/TNI/PNS berjumlah 11 orang (31,5%), kemudian nasabah dengan pekerjaan wirausaha 9 orang atau 25,7%, selanjutnya dengan pegawai kontrak dengan total 8 orang atau 22,9%, kemudian disusul oleh pekerjaan lainnya dengan total 4 orang atau 11,4%,, selanjutnya pekerjaan karyawan buruh dengan total 2 orang atau 5,7% dan yang terakhir adalah pekerjaan pensiunan dengan total 1 orang atau 2,9%. Hal tersebut menunjukkan bahwa pekerjaan nasabah Bank Muamalat Indonesia cabang Banda Aceh rata-rata POLRI/TNI/PNS.

#### 4.2.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Menggunakan Produk Deposito

Adapun data berdasarkan lamanya nasabah menggunakan produk deposito PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Banda Aceh adalah sebagai berikut:

**Tabel 4. 8**
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jangka Waktu**

| No | Usia | Jumlah | Persen |
|---|---|---|---|
| 1. | < 1 Tahun | 3 | 8,6% |
| 2. | 1 – 3 Tahun | 22 | 62,9% |
| 3. | 3 – 6 Tahun | 8 | 22,9% |
| 4. | > 6 tahun | 2 | 5,7% |
| Total | | 35 | 100% |

Sumber : Data diolah (2022)

Berdasarkan tabel 4.6 dapat disimpulkan bahwa lamanya nasabah menggunakan produk deposito di Bank Muamalat Cabang Banda Aceh dengan jangka waktu 1 – 3 tahun dengan jumlah 22 orang atau 62,9% selanjutnya disusul oleh nasabah dengan jamgka waktu deposito 3 – 6 tahun dengan total 8 orang 22,9% selanjutnya nasabah dengan jangka waktu deposito dengan jangka waktu kurang dari 1 tahun dengan jumlah 3 orang atau 8,6% dan yang terakhir adalah nasabah dengan jangka waktu lebih dari 6 tahun dengan jumlah 2 orang atau 5,7%. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata lamanya nasabah menggunakan produk deposito pada bank Muamalat cabang Banda Aceh adalah 1-3 tahun.

### 4.2.2 Statistik Deskriktif

Pada penelitian ini melihat statistik deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan suatu data secara statistik. Statistik dskriptif merujuk pada nilai rata-rata, simpangan baku (standar deviasi), nilai minimal dan nilai maksimal dari semua variabel penelitian ini yaitu Kepuasan Nasabah (X) dan loyalitas (Y) sebagaimana tertera dalam tabel berikut:

**Tabel 4. 9**
**Statistik Deskriktif**

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std.Deviation |
|---|---|---|---|---|---|
| Kepuasan Nasabah | 35 | 27 | 50 | 38.83 | 6.693 |
| Loyalitas | 35 | 26 | 45 | 35.57 | 5.446 |
| Valid N (listwise) | 35 | | | | |

Sumber : Data diolah di SPSS (2022)

Pada tabel di atas menjelasakan bahwa statistik dekriktif pada setiap variabel yang terlibat pada penelitian ini :

1) Pada variabel kepuasan (X) dapat diketahui bahwa nilai minimumnya sebesar 27, nilai maksimumnya sebesar 50, nilai rat-ratanya sebesar 38,83 dan nilai standar deviasinya adalah sebesar 6,693. Pada variabel ini membuktikan bahwa nilai rata-rata lebih besar dibandingkan nilai standar deviasi, dan memperlihatkan bahwa hal tersebut sangat baik. Hal tersebut menunjukkan bahwa standar deviasi memiliki cerminan terhadap penyimpangan yang sangat tinggi sehingga penyebaran data menunjukkan hasil normal dan tidak menyebarkan bias.
2) Pada variabel loyalitas (Y) dapat diketahui bahwa nilai minimumnya adalah sebesar 26, nilai maksimumnya adalah sebesar 45,nilai rata-rata sebesar 35,57 dan nilai standar deviasinya sebesar 5,446. Pada variabel ini membuktikan bahwa nilai rata-rata lebih besar dibandingkan nilai standar

deviasi, dan memperlihatkan bahwa hal tersebut sangat baik. Hal tersebut menunjukkan bahwa standar deviasi memiliki cerminan terhadap penyimpangan yang sangat tinggi sehingga penyebaran data menunjukkan hasil normal dan tidak menyebarkan bias.

### 4.2.3 Uji Instrumen

#### 4.2.3.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji melihat valid atau tidaknya kuisoner yang telah kita lampirkan. Pada uji validitas memperlihatkan antara r hitung atau person correlation dengan r tabel. Kriteria pengujian yang digunakan adalah dengan membandingkan rhitung dengan rtabel berdasarkan signifikan 0,050 dan 2 sisi dengan derajat kebebasan df = n-2 = 35-2 = 33 (n adalah jumlah data), sehingga rtabel yang diperoleh dari tabel statistik adalah sebesar 0,282 Dan pernyataan dalam kuisoner dinyatakan valid apabila r hitung > r tabel. Adapun uji validitas dapat dilihat pada tabel di bawah.

**Tabel 4. 10**
**Uji Validitas**

| No | Nomor Item Pernyataan | Nilai $r_{hitung}$ | Nilai $r_{tabel}$ | Interpretasi |
|---|---|---|---|---|
| 1 | X1 | 0,656 | 0,282 | Valid |
| 2 | X2 | 0,848 | | Valid |
| 3 | X3 | 0,674 | | Valid |
| 4 | X4 | 0,625 | | Valid |
| 5 | X5 | 0,600 | | Valid |
| 6 | X6 | 0,742 | | Valid |
| 7 | X7 | 0,803 | | Valid |
| 8. | X8 | 0,730 | | Valid |
| 9 | X9 | 0,874 | | Valid |
| 10 | X10 | 0,901 | | Valid |
| 11 | Y1 | 0,540 | | Valid |

**Tabel 4. 10-Lanjutan**

| No | Nomor Item Pernyataan | Nilai $r_{hitung}$ | Nilai $r_{tabel}$ | Interpretasi |
|---|---|---|---|---|
| 12 | Y2 | 0,672 | | Valid |
| 13 | Y3 | 0,693 | | Valid |
| 14 | Y4 | 0,597 | | Valid |
| 15 | Y5 | 0,892 | | Valid |
| 16 | Y6 | 0,662 | | Valid |
| 17 | Y7 | 0,798 | | Valid |
| 18 | Y8 | 0,669 | | Valid |
| 19 | Y9 | 0,811 | | Valid |

Sumber: Hasil Output SPSS (data diolah 2022)

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa pertanyaan dalam instrumen variabel tersebut terdapat nilai yang dinyatakan valid. Hal ini diketahui bahwa perbandingan setiap nilai r hitung dengan r tabel, dan hasilnya memperlihatkan bahwa r hitung lebih besar dari r tabel sehingga mendapatkan nilai yang valid sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan baik pada variabel X maupun variabel Y pada penelitian ini adalah valid.

### 4.2.3.2 Uji Reliabilitas

Pada uji reliabilitas bertujuan untuk melihat sejauh mana suatu indikator konsisten atau sejauh mana indeks tersebut dapat dijadikan alat ukur yang terpercaya atau dihandalkan. Suatu variabel dikatakan handal atau reliabel apabila coefecient cronbach's alpha > 0,60. Adapun uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

**Tabel 4. 11**
**Hasil Uji Reliabilitas**

| Variabel | Minimal Cronbach Alpha | Cronbach Alpha |
|---|---|---|
| X | 0,60 | 0,775 |
| Y | | 0,771 |

Sumber: Hasil Output SPSS (data diolah 2021)

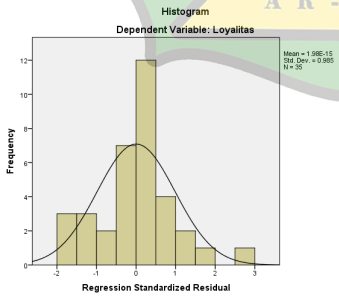
Berdasarkan tabel 4.9, dapat dilihat bahwa nilai *cronbach's alpha* > 0,60. Maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan-pernyataan pada variabel kepuasan dan loyalitas nasabah tersebut reliabel.

### 4.2.4 Uji Asumsi Klasik

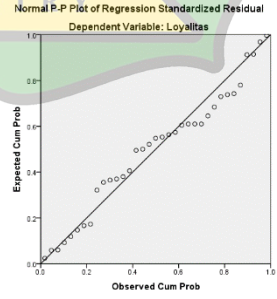
#### 4.2.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menentukan apakah sampel berdistribusi normal atau tidak . pengujian normalitas data dalam penelitian ini hanya akan bisa dilihat melalui grafik yang dihasilkan melalui perhitugan regresi dengan perangkat lunak SPSS. Pengujian dengan grafik , berikut pola grafik hasil pengolahan SPSS dapat dilihat pada gambar 4.1 dan gambar 4.2.

**Gambar 4. 1**
**Uji Normalitas Histogram**




**Gambar 4. 2**
**Uji Normalitas P-Plot**



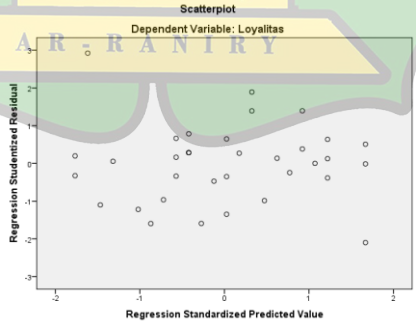

Sumber: Hasil Output SPSS versi 23 (data diolah 2021)

Melihat model regresi pada penelitian ini sudah dapat dikatakan mempunyai distribusi normal, hal ini dapat dilihat dari histogram yang tidak condong ke kiri maupun ke kanan dan normalnya p-plot yang signifikan titik-titik yang mengikuti garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti garis diagonal model regresi layak dipakai untuk memprediksi pengaruh tingkat kepuasan (X) terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan produk deposito (Y) pada PT. Bank Muamalat Banda Aceh

#### 4.2.4.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji herteroskedasitas bertujuan untuk menguji terjadinya perbedaan variance residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan lain atau gambara hubungan antara nilai yang diprediksi dengan *standarlized delete residual* nilai tersebut. Sehingga model juga terbebas dari heteroskedasitas. Sehingga model juga terbatas dari heteroskedasitas hal ini dapat dilihat pada scatterplot yang titik-titik di grafiknya tersebar dan titik mengumpul membentuk suatu pola tertentu. Hal ini dapat dilihat pada gambar 4.3 sebagai berikut:

**Gambar 4. 3**
**Uji Heterokedastisitas**




Sumber : Data diolah di SPSS (2022)

Terlihat pada grafik *scatterplot* di atas bahwa titik menyebar secara acak di bawah angka 0 sumbu Y. hal ini menyimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedasitas mode regresi pada penelitian ini. Maka data yang digunakan memenuhi syarat untuk dilakukan regresi sederhana.

### 4.2.5 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk melihat pengaruh secara parsial dari variabel bebas. Pengujian secara parsial masing-masing variabel bebas dimaksudkan untuk mengetahui apakah individual variabel kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan produk deposito . Untuk uji parsial digunakan dengan uji t dengan ketentuan apabila hasil $t_{hitung}$ lebih besar daripada $t_{tabel}$ maka keputusan yang diambil adalah $H_0$ yang ditolak dan $H_a$ diterima, dan sebaliknya

#### 4.2.5.1 Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh tingkat kepuasan terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan produk deposito pada PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Banda Aceh. Penentuan tabel distribusi t dicari menggunakan tingkat signifikan 5%, df = n-k-1 atau 35-1-1 = 33 (n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah variabel independen) maka nilai $t_{tabel}$ yang didapatkan adalah 1,692. Kriteria pengujian yang digunakan sebagai berikut:

1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka Ho diterima
2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H0 ditolak.

Berdasarkan signifikansi:

1) Jika signifikan > 0,05 maka Ho di terima
2) Jika siginifikan < 0,05 maka Ho ditolak

Secara parsial dapat dijelaskan pada tabel 4.10.

**Tabel 4. 12**
**Uji t**

| Model | | t | Sig |
|---|---|---|---|
| 1 | (Constant) | 3.015 | .005 |
| | Kepuasan Nasabah | 14.518 | .000 |

Sumber : Data diolah di SPSS (2022)

Jika $t_{hitung} < t_{tabel} = H_a$ ditolak dan $H_0$ diterima, yaitu variabel bebas tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Jika $t_{hitung} > t_{tabel} = H_a$ diterima dan $H_0$ ditolak, yaitu variabel bebas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat

Dari hasil analisis menggunakan program SPSS versi 23 dapat diketahui bahwa hasil dari uji t variabel kepuasan nasabah (X) diperoleh $t_{hitung}$ sebesar 14,518 dengan nilai profitabilitas 0,00. Nilai profitabilitas 0,00 < 0,050 dengan menggunakan signifikan (α) 0,050 maka diperoleh nilai $t_{tabel}$ sebesar 1,692. Dengan demikian $t_{hitung}$ (14,518) > $t_{tabel}$ (1,692). Hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara kepuasan nasabah (X) terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan deposito (Y) di PT. Bank Muamalat cabang Banda Aceh. Dari hasil tersebut , dapat disimpulkan bahwa $H_a$ diterima dan $H_0$ ditolak, yaitu variabel kepuasan pengguna

berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan deposito di PT. Bank Muamalat Cabang Banda Aceh.

#### 4.2.5.2 Uji Determinasi

Koefesien determinasi (R2) merujuk kepada kemampuan dari variabel independent (X) dalam menerangkan variabel dependen (Y). Nilai R koefesien determinasi berkisar antara nol sampai dengan satu. Komponen-komponen yang terkait dengan koefesien determinasi dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

**Tabel 4. 13**
**Koefisien Determinan**

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|---|---|---|---|---|
| 1 | .930[a] | .865 | .861 | 2.034 |

Sumber : Data diolah di SPSS (2022)

Dari tabel diatas nilai koefesien determinasi ($R^2$) sebesar 0,865. Hal ini menunjukkan bahwa 86,5% variabel kepuasan nasabah mampu menjelaskan variabel loyalitas nasabah dalam menggunakan deposito di PT. Bank Muamalat cabang Banda Aceh, sedangkan 13,5% dijelaskan oleh variabel lainnya, seperti variabel promosi, pelayanan dan sebagainya.

### 4.2.6 Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana yaitu suatu teknik untuk menentukan korelasi antara variabel bebas dengan variabel terikat. Model regresi linier sederhana ini yang paling sederhana adalah segresi dua variabel, yang terdiri dari satu variabel terikat satu variabel bebas.

**Tabel 4. 14**
**Regresi Linear Sederhana**

| Model | | Unstandardized Coefficients | |
|---|---|---|---|
| | | B | Std. Error |
| 1 | (Constant) | 6.190 | 2.053 |
| | Kepuasan Nasabah | .757 | ,052 |

Sumber: Hasil Output SPSS (data diolah 2021)

Berdasarkan persamaan regresi linear sederhana dari hasil perhitungan di atas dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\mathbf{Y = a + bX + e}$$

$$\mathbf{Y = 6{,}190 + 0{,}757\ X}$$

Keterangan:

Y = Loyalitas Nasabah

X = Kepuasan

Persamaan regresi linear sederhana tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Nilai konstanta sebesar 6,190 artinya jika variabel kepuasan (X) nilainya 0, maka loyalitas nasabah (Y) nilainya 6,190.
2) Nilai koefisien regresi variabel pelayanan bernilai positif yaitu 0,757 ini dapat diartikan bahwa setiap peningkatan kepuasan nasabah sebesar 1 satuan maka loyalitas juga akan meningkat sebesar 0,757 satuan.

## 4.3 Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini berjudul analisis tingkat kepuasan terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan produk deposito pada PT.

Bank Muamalat Indonesia Cabang Banda Aceh. Data diolah dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 23. Berdasarkan analisis regresi yang dilakukan pada penelitian ini diperoleh persamaan regresi yaitu:

**Y = 6,190 + 0,757 X**

Nilai konstanta sebesar 6,190 artinya jika variabel kepuasan (X) nilainya 0, maka loyalitas nasabah (Y) nilainya 6,190. Nilai koefisien regresi variabel kepuasan bernilai positif yaitu 0,757 ini dapat dartikan bahwa setiap peningkatan.

Dari hasil analisis menggunakan program SPSS versi 23 dapat diketahui bahwa hasil dari uji t variabel kepuasan nasabah (X) diperoleh $t_{hitung}$ sebesar 14,518 dengan nilai profitabilitas 0,00. Nilai profitabilitas 0,00 < 0,050 dengan menggunakan signifikan (α) 0,050 maka diperoleh nilai $t_{tabel}$ sebesar 1,692. Dengan demikian $t_{hitung}$ (14,518) > $t_{tabel}$ (1,692). Hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh antara kepuasan nasabah (X) terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan deposito (Y) di PT. Bank Muamalat cabang Banda Aceh. Dari hasil tersebut , dapat disimpulkan bahwa $H_a$ diterima dan $H_0$ ditolak, yaitu variabel kepuasan pengguna berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan deposito di PT. Bank Muamalat Cabang Banda Aceh.

Sehingga dengan kepuasan nasabah yang diterima oleh baik dari segi pelayanan yang diberi atau dari segi faktor lainnya. Dengan kepuasan dari nasabah terpenuhi maka loyalitas nasabah terhadap suatu produk juga akan meningkat. Begitu juga sebaliknya

apabila kepuasan nasabah tidak terpenuhi maka loyalitas atau kesetiaan nasabah dalam menggunakan produk atau jasa yang disediakan akan berkurang atau bahkan tidak ada.

Hasil penelitian ini sesuai dan didukung oleh Hasibuan (2009) dalam buku "Dasar-dasar Perbankan" yaitu pelayanan yang baik dan benar akan menarik simpatik masyarakat dan calon nasabah apabila pelayanan dilakukan dengan benar maka penghimpun dana akan semakin meningkat. Sejalan dengan hasil penelitian Daulay yang mengatakan bahwa pelayanan berpengaruh dan sifinikan terhadap loyalitas nasabah. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Hasan yang mengatakan bahwa kepuasan pelanggan memberikan respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian. Kepuasan nasabah bergantung kepada persepsi nasabah. Sesuatu yang dipersepsikan oleh nasabah berkualitas, maka kualitas itu dapat memberikan dorongan kepada nasabah untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan untuk terus menerus dapat memahami dengan seksama harapan nasabah serta kebutuhan mereka.

Harahap (2018) mengatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan pelayanan terhadap loyalitas nasabah penghimpun dana pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Padangsidimpuan. Dari analisis yang sudah dilakukan oleh peneliti, maka pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan tingkat kepuasan terhadap loyalitas

جامعة الرانري
AR-RANIRY

nasabah dalam menggunakan produk deposito pada PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Banda Aceh.

Hasil dari penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Salmawati (2019) dan Fauziah (2017) yaitu kepuasan nasabah akan berpengaruh pada loyalitas nasabah dalam menggunakan suatu produk atau jasa yang disediakan.

# BAB V
# PENUTUP

## 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai analisis data yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan bahwa tingkat kepuasan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan produk deposito pada Bank Muamalat Indonesia cabang Banda Aceh. Hal ini dibuktikan dari hasil uji t kepuasan memiliki $t_{hitung}$ sebesar 5,769. Jadi $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu 5,769 > 1,692 dan menghasilkan nilai taraf signifikan < 0,05 yaitu (0,00 < 0,05) maka dapat disimpulkan Ho ditolak dan Ha diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan tingkat kepuasan terhadap loyalitas nasabah dalam menggunakan produk deposito pada PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Banda Aceh.

## 5.2 Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh diatas, maka saran yang dapat diberikan penulis yang bertujuan untuk kebaikan dan kemajuan PT Bank Muamalat Indonesia cabang Banda Aceh, sebagai berikut:

1. Mengingat semua variable diatas mempengaruhi nasabah dalam mengambil produk deposito pada Bank Muamalat Indonesia, kiranya Bank Muamalat Indonesia sendiri dapat

mempertahankan factor-faktor yang menjadi tolak ukur bagi nasabah dalam menggunakan produk deposito pada Bank Muamalat Indonesia kedepannya.

2. Salah satu hal yang harus ditanamkan dalam Lembaga Keuangan Syariah adalah idealisme produk dan kinerja yang harus sesuai dengan syariat islam, sehingga bisa jadi pembeda antara bank Syariah dengan bank konvensional
3. Penelitian selanjutnya

   Penelitian ini dilakukan khusus kepada nasabah yang mengambil/menngunakan produk deposito pada Bank Muamalat Indonesia cabang Banda Aceh. Sehingga peneliti selanjutnya dapat menggunakan objek lain atau mengubah variable agar mendapatkan hasil yang lebih baik.

جامعة الرانري
AR-RANIRY

# DAFTAR PUSTAKA


Bugin, Burhan. (2008). Metode Penelitian Kualitatif. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Diharjo Dojo&Efendi Patricia Manuela, (2011). Pengaruh Involvement, Familiarity, Brand Loyalty, dan Price Sensitivity Terhadap Keputusan Pembelian Produk Susu Bubuk Merek Dancow di Surabaya Selatan. *Equilibrium,* 02(9):125-142

Ellena Frieda, (2011). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi, dan Penanganan Keluhan Terhadap Lloyalitas Nasabah (Studi Pada Nasabah PT. BRI (Persero) Tbk. Cabang Pemalang): 1-29

Farlian & Nuraidar, (2017). Meretasi Reaksi Jalan Panjang Bank Aceh Konversi Syariah. *Jurnal Perspektif Ekonomi Darussalam.* 03(10):39-50

Fauziah Alfi Annisatul, (2017). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Bank Syariah Dengan Corporate Image Sebagai Variabel Moderating.

file:///D:/proposal%20kuh/digital_130005-T%2026724-Studi%20kinerja-Metodologi.pdf (2020)

Hapsari Riska, (2015). Analisis Tingkat Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Unggaran.

Hidayat Rachmad, (2009). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri. *Jurnal Manjemen Dan Kewirausahaan* . 11(1):59-72

http://library.binus.ac.id/eColls/eThesisdoc/Bab2/RS1_2017_1_918_Bab2.pdf diakses 25 Juli 2020

Joesyiana Kiki, (2018). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Media Online Shop Shopee Di Pekanbaru (Survey pada Mahasiswa Semester VII Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas

Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Islam Riau), 04 (1): 1-15

Mulyadi, (2011). Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*. 15(1):127-138

Panjaitan Januar Efendi & Yuliati Ai Lili, (2011). Pengaruh Kualitas PelayananTerhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung. *Derema Jurnal Manajemen.* 02(11):265-289

Prabowo Aan dan Heriyanto, (2013). Analisis Pemanfaatan Buku Elektronik (E-BOOK) Oleh Pemustaka Di Perpustakaan SMA Negeri 1 Semarang, 02 (2): 1-9

Rahayu dan Rahmadani, (2018). Pengaruh bagi hasil deposito mudharabah, suku bunga berjangka bank Indonesia dan inflasi terhadap jumlah deposito mudharabah PT. Bank Negara Indonesia (BNI) syariah. *Jurnal Riset Akuntansi Multiparadigma.* 05 (1):1-15

Rahmawaty & Ruslizar, (2016). Pengaruh Tingkat Bagi Hasil Deposito Mudharabah, Financing To Deposit Ratio, Dan Suku Bunga Deposito Terhadap Pertumbuhan Deposito Mudharabah Pada Bank Umum Syariah Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Akuntansi.* 01(2):84-90

Salmawati, (2019). Pengaruh Bagi Hasil Terhadap Jumlah Dana Deposito Mudharabah Pada BNI Syariah Periode 2014-2017: 128

Satyarini, (2017). Analisis Faktor Yang Menjadi Alasan Nasabah Memilih Deposito Mudharabah di BPRS XYZ. *Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia.* 04 (2):120-127

Stevina Elisabeth&karina Ritzky, (2015). Pengaruh Brand Identity Terhadap Purchase Intention Melalui Trust Di UD. Makin Hasil Jember, 03 (1): 1-8

Sufianti Mila, (2019). Pengaruah Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank BNI Syariah Cabang Banda Aceh) :1-188

Sujita Shella, (2018). Penerapan Mekanisme deposito Mudharabah Pada Produk Simpanan Syariah Dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah :1-98

Tauriana Dian & Christine, (2011). Analisis Hubungan Service Recovery Terhadap Complaining Behaviour Dan Dampaknya Terhadap Brand Switching, 02 (1) : 115-123

Utaminingsih Indah Dian, (2010). Analisis Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Ditinjau Dari Kualitas Pelayanan Bank (Studi Kasus Pada Bank BRI Cabang Solo): 1-230 hal

جامعة الرانري
AR-RANIRY

# LAMPIRAN

## Lampiran 1 Jawaban Responden

### Jawaban Responden Variabel X

| No | X.1 | X.2 | X.3 | X.4 | X.5 | X.6 | X.7 | X.8 | X.9 | X.10 | Kepuasan Nasabah |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **1.** | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 35 |
| **2.** | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| **3.** | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 1 | 2 | 34 |
| **4.** | 4 | 1 | 3 | 3 | 5 | 2 | 3 | 4 | 1 | 1 | 27 |
| **5.** | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 35 |
| **6.** | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 5 | 3 | 3 | 1 | 2 | 30 |
| **7.** | 4 | 3 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 37 |
| **8.** | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| **9.** | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| **10.** | 3 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 38 |
| **11.** | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 46 |
| **12.** | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 47 |
| **13.** | 4 | 2 | 4 | 4 | 2 | 1 | 3 | 4 | 1 | 3 | 28 |
| **14.** | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 47 |
| **15.** | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 44 |
| **16.** | 3 | 1 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 1 | 29 |
| **17.** | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 43 |
| **18.** | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 27 |
| **19.** | 2 | 2 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 32 |
| **20.** | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 42 |
| **21.** | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 40 |
| **22.** | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 41 |
| **23.** | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 45 |
| **24.** | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 39 |
| **25.** | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 36 |
| **26.** | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 36 |

جامعة الرانري
AR-RANIRY

| | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **27.** | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 2 | 35 |
| **28.** | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 45 |
| **29.** | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 36 |
| **30.** | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 41 |
| **31.** | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 36 |
| **32.** | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 39 |
| **33.** | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 39 |
| **34.** | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 3 | 33 |
| **35.** | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 47 |

## Jawaban Responden Variabel Y

| No | X.1 | X.2 | X.3 | X.4 | X.5 | X.6 | X.7 | X.8 | X.9 | Loyalitas Nasabah |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **1.** | 5 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 32 |
| **2.** | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 45 |
| **3.** | 3 | 4 | 3 | 3 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 30 |
| **4.** | 4 | 3 | 4 | 4 | 1 | 4 | 3 | 3 | 1 | 27 |
| **5.** | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 3 | 34 |
| **6.** | 3 | 3 | 2 | 5 | 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 29 |
| **7.** | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 31 |
| **8.** | 2 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| **9.** | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 44 |
| **10.** | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 3 | 34 |
| **11.** | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 41 |
| **12.** | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 41 |
| **13.** | 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 2 | 33 |
| **14.** | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 42 |
| **15.** | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 39 |
| **16.** | 4 | 4 | 2 | 4 | 1 | 3 | 3 | 4 | 1 | 26 |
| **17.** | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 39 |
| **18.** | 3 | 4 | 2 | 4 | 2 | 2 | 3 | 4 | 2 | 26 |
| **19.** | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 4 | 3 | 2 | 28 |

| | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **20.** | 5 | 5 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 36 |
| **21.** | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 37 |
| **22.** | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 41 |
| **23.** | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 41 |
| **24.** | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 37 |
| **25.** | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 34 |
| **26.** | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 34 |
| **27.** | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 33 |
| **28.** | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 43 |
| **29.** | 4 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 35 |
| **30.** | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 40 |
| **31.** | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 34 |
| **32.** | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 4 | 4 | 3 | 33 |
| **33.** | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 35 |
| **34.** | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 4 | 2 | 3 | 4 | 28 |
| **35.** | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 43 |

جامعة الرانري
AR-RANIRY

**Lampiran 2 Karakteristik Responden**

**Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin**

| No | Jenis Kelamin | Jumlah | Persen |
|---|---|---|---|
| 1. | Laki-Laki | 11 | 31,4% |
| 2. | Perempuan | 24 | 66,6% |
| Total | | 35 | 100% |

**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

| No | Usia | Jumlah | Persen |
|---|---|---|---|
| 1. | 20-29 Tahun | 20 | 62,8% |
| 2. | 30-39 Tahun | 6 | 17,1%% |
| 3. | 40-49 Tahun | 7 | 20% |
| 4. | 50 > | 2 | 5,7% |
| Total | | 35 | 100% |

**Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

| No | Pendidikan Terakhir | Jumlah | Persen |
|---|---|---|---|
| 1. | SMA | 7 | 20% |
| 2. | D3 | 1 | 2,9% |
| 3. | S1 | 23 | 65,7% |
| 4. | S2 | 4 | 11,4% |
| Total | | 35 | 100% |

**Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan**

| No | Pendapatan | Jumlah | Persen |
|---|---|---|---|
| 1. | 1.500.000 – 3.000.000 | 16 | 45,7% |
| 2. | 3.500.000 – 6.000.000 | 13 | 37,1% |
| 3. | 6.500.000 – 9.000.000 | 6 | 17,2% |
| Total | | 35 | 100% |

**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

| No | Pekerjaan | Jumlah | Persen |
|---|---|---|---|
| 1. | POLRI/TNI/PNS | 11 | 31,5% |
| 2. | Karyawan Buruh | 2 | 5,7% |
| 3. | Wirausaha | 9 | 25,7% |
| 4. | Pensiunan | 1 | 2,9% |
| 5. | Pegawai Kontrak | 8 | 22,9% |
| 6. | Lainnya | 4 | 11,4% |
| Total | | 35 | 100% |

**Karakteristik Responden Berdasarkan Jangka Waktu**

| No | Usia | Jumlah | Persen |
|---|---|---|---|
| 1. | < 1 Tahun | 3 | 8,6% |
| 2. | 1 – 3 Tahun | 22 | 62,9% |
| 3. | 3 – 6 Tahun | 8 | 22,9% |
| 4. | > 6 tahun | 2 | 5,7% |
| Total | | 35 | 100% |

جامعة الرانري
AR-RANIRY

**Lampiran 3 Statistik Deskriktif**

**Descriptive Statistics**

| | N | Minimum | Maximum | Mean | Std. Deviation |
|---|---|---|---|---|---|
| Kepuasan_Nasabah | 35 | 27 | 50 | 38.83 | 6.693 |
| Loyalitas | 35 | 26 | 45 | 35.57 | 5.446 |
| Valid N (listwise) | 35 | | | | |

جامعة الرانري
AR-RANIRY

**Lampiran 4 Uji Validitas**

**Validitas Variabel Kepuasan Nasabah (X)**

**Correlations**

| | | X.1 | X.2 | X.3 | X.4 | X.5 | X.6 | X.7 | X.8 | X.9 | X.10 | Kepuasan_Nasabah |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| X.1 | Pearson Correlation | 1 | .598** | .526** | .373* | .312 | .358* | .492** | .520** | .437** | .544** | .656** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 | .001 | .027 | .068 | .035 | .003 | .001 | .009 | .001 | .000 |
| | N | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 |
| X.2 | Pearson Correlation | .598** | 1 | .487** | .427* | .265 | .720** | .607** | .539** | .754** | .796** | .848** |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | | .003 | .010 | .123 | .000 | .000 | .008 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 |
| X.3 | Pearson Correlation | .526** | .487** | 1 | .390* | .385* | .395* | .523** | .465** | .474** | .584** | .674** |
| | Sig. (2-tailed) | .001 | .003 | | .021 | .022 | .019 | .001 | .005 | .004 | .000 | .000 |
| | N | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 |

| | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| X.4 | Pearson Correlation | .373* | .427* | .390* | 1 | .406* | .312 | .526** | .499** | .445** | .478** | .625** |
| | Sig. (2-tailed) | .027 | .010 | .021 | | .016 | .068 | .001 | .002 | .007 | .004 | .000 |
| | N | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 |
| X.5 | Pearson Correlation | .312 | .265 | .385* | .406* | 1 | .298 | .652** | .558** | .478** | .378* | .600** |
| | Sig. (2-tailed) | .068 | .123 | .022 | .016 | | .082 | .000 | .001 | .004 | .025 | .000 |
| | N | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 |
| X.6 | Pearson Correlation | .358* | .720** | .395* | .312 | .298 | 1 | .542** | .397* | .665** | .646** | .742** |
| | Sig. (2-tailed) | .035 | .000 | .019 | .068 | .082 | | .001 | .018 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 |
| X.7 | Pearson Correlation | .392* | .607** | .523** | .526** | .652** | .542** | 1 | .587** | .704** | .655** | .803** |
| | Sig. (2-tailed) | .020 | .000 | .001 | .001 | .000 | .001 | | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 |

جامعة الرانري
A R - R A N I R Y

| | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| X.8 | Pearson Correlation | .520** | .439** | .465** | .499** | .458** | .397* | .587** | 1 | .596** | .636** | .730** |
| | Sig. (2-tailed) | .001 | .008 | .005 | .002 | .001 | .018 | .000 | | .000 | .000 | .000 |
| | N | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 |
| X.9 | Pearson Correlation | .437** | .754** | .474** | .445** | .478** | .665** | .604** | .596** | 1 | .854** | .874** |
| | Sig. (2-tailed) | .009 | .000 | .004 | .007 | .004 | .000 | .000 | .000 | | .000 | .000 |
| | N | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 |
| X.10 | Pearson Correlation | .544** | .796** | .584** | .478** | .378* | .646** | .655** | .636** | .854** | 1 | .901** |
| | Sig. (2-tailed) | .001 | .000 | .000 | .004 | .025 | .000 | .000 | .000 | .000 | | .000 |
| | N | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 |
| Kepuasan_Nasabah | Pearson Correlation | .656** | .848** | .674** | .625** | .600** | .742** | .803** | .730** | .874** | .901** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | |

جامعة الرانري
AR-RANIRY

| | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | N | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 |

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**Uji Validitas Loyalitas Nasabah (Y)**

**Correlations**

| | | Y.1 | Y.2 | Y.3 | Y.4 | Y.5 | Y.6 | Y.7 | Y.8 | Y.9 | Loyalitas |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Y.1 | Pearson Correlation | 1 | .377* | .488** | .430** | .386* | .134 | .332 | .237 | .131 | .540** |
| | Sig. (2-tailed) | | .026 | .003 | .010 | .022 | .441 | .051 | .170 | .452 | .001 |
| | N | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 |
| Y.2 | Pearson Correlation | .377* | 1 | .261 | .265 | .552** | .393* | .561** | .467** | .492** | .672** |
| | Sig. (2-tailed) | .026 | | .130 | .124 | .001 | .019 | .000 | .005 | .003 | .000 |
| | N | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 |
| Y.3 | Pearson Correlation | .488** | .261 | 1 | .361* | .547** | .397* | .531** | .259 | .437** | .693** |
| | Sig. (2-tailed) | .003 | .130 | | .033 | .001 | .018 | .001 | .133 | .009 | .000 |
| | N | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 |
| Y.4 | Pearson Correlation | .430** | .265 | .361* | 1 | .465** | .243 | .482** | .293 | .429* | .597** |
| | Sig. (2-tailed) | .010 | .124 | .033 | | .005 | .163 | .003 | .088 | .010 | .000 |
| | N | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 |

| | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Sig. (2-tailed) | .010 | .124 | .033 | | .005 | .160 | .003 | .088 | .010 | .000 |
| | N | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 |
| Y.5 | Pearson Correlation | .386* | .552** | .547** | .465** | 1 | .544** | .655** | .584** | .796** | .892** |
| | Sig. (2-tailed) | .022 | .001 | .001 | .005 | | .001 | .000 | .000 | .000 | .000 |
| | N | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 |
| Y.6 | Pearson Correlation | .134 | .393* | .397* | .243 | .544** | 1 | .392* | .526** | .598** | .662** |
| | Sig. (2-tailed) | .441 | .019 | .018 | .160 | .001 | | .020 | .001 | .000 | .000 |
| | N | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 |
| Y.7 | Pearson Correlation | .332 | .561** | .531** | .482** | .655** | .392* | 1 | .523** | .607** | .798** |
| | Sig. (2-tailed) | .051 | .000 | .001 | .003 | .000 | .020 | | .001 | .000 | .000 |
| | N | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 |
| Y.8 | Pearson Correlation | .237 | .467** | .259 | .293 | .584** | .526** | .523** | 1 | .487** | .669** |
| | Sig. (2-tailed) | .170 | .005 | .133 | .088 | .000 | .001 | .001 | | .003 | .000 |
| | N | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 |
| Y.9 | Pearson Correlation | .131 | .492** | .437** | .429* | .796** | .598** | .607** | .487** | 1 | .811** |

| | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | Sig. (2-tailed) | .452 | .003 | .009 | .010 | .000 | .000 | .000 | .003 | | .000 |
| | N | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 |
| Loyalitas | Pearson Correlation | .540** | .672** | .693** | .597** | .892** | .662** | .798** | .669** | .811** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .001 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | .000 | |
| | N | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 | 35 |

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

جامعة الرانري
AR-RANIRY

## Lampiran 5 Uji Reliabilitas

### Uji Reliabilitas Variabel X

**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|---|---|
| .775 | 11 |

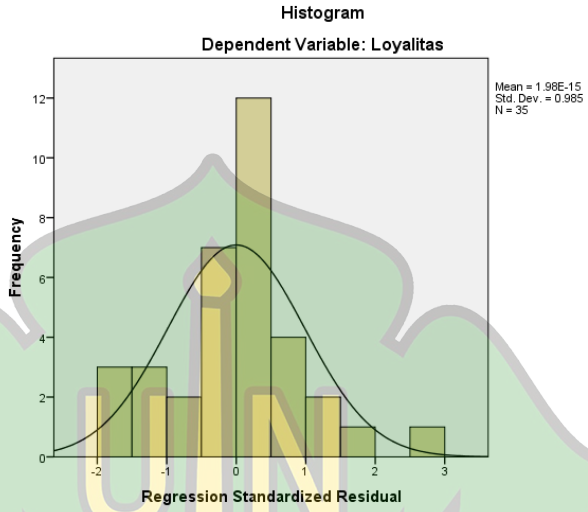
### Uji Relibilitas Variabel Y

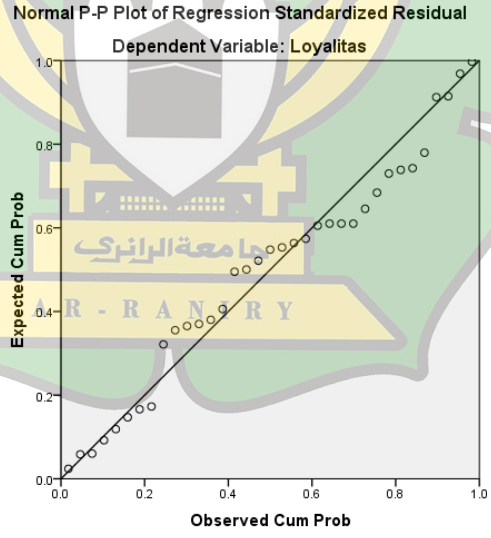
**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|---|---|
| .771 | 10 |

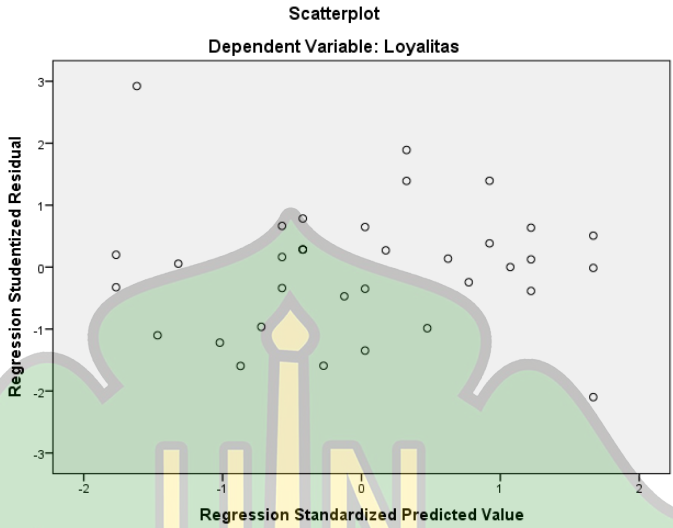
جامعة الرانري
AR-RANIRY

## Lampiran 6 Uji Normalitas



## Lampiran 7 Uji Heterokedastisitas




## Lampiran 8 Uji t

**Coefficients[a]**

| Model | | Unstandardized Coefficients B | Unstandardized Coefficients Std. Error | Standardized Coefficients Beta | t | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | (Constant) | 6.190 | 2.053 | | 3.015 | .005 |
| | Kepuasan_Nasabah | .757 | .052 | .930 | 14.518 | .000 |

a. Dependent Variable: Loyalitas

جامعة الرانري
AR-RANIRY

## Lampiran 9 Uji Determinasi

**Model Summary[b]**

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|---|---|---|---|---|
| 1 | .930[a] | .865 | .861 | 2.034 |

a. Predictors: (Constant), Kepuasan_Nasabah

b. Dependent Variable: Loyalitas

## Lampiran 10 Uji Regresi Sederhana

**Coefficients[a]**

| Model | | Unstandardized Coefficients B | Unstandardized Coefficients Std. Error | Standardized Coefficients Beta | t | Sig. |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | (Constant) | 6.190 | 2.053 | | 3.015 | .005 |
| | Kepuasan_Nasabah | .757 | .052 | .930 | 14.518 | .000 |

a. Dependent Variable: Loyalitas

جامعة الرانري
AR-RANIRY

**Lampiran 11 Biodata Penulis**

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

**Data Pribadi**

| | |
|---|---|
| Nama | : Nonong Afni |
| NIM | : 160603233 |
| Tempat/Tanggal Lahir | : Pasie Lembang,28 Desember 1998 |
| Jenis Kelamin | : Perempuan |
| Pekerjaan | : Mahasiswa |
| Agama | : Islam |
| Kewarganegaraan | : Indonesia |
| Alamat | : Gampong Pasie Lembang, Kec. Kluet Selatan |
| Email | : nonongafni@gmail.com |

**Riwayat Pendidikan**

| | |
|---|---|
| SD | : MIN Pasie Lembang |
| SMP | : MTsN Suaq Bakong |
| SMA | : SMA Suaq Bakong |
| Perguruan Tinggi | : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh |

**Data Orang Tua**

| | |
|---|---|
| Nama Ayah | : Zainun. P |
| Nama Ibu | : Rukiah |
| Alamat Orang Tua | : Gp. Pasie Lembang, Kec. Kluet Selatan, Kab. Aceh Selatan |

جامعة الرانري
AR-RANIRY

Banda Aceh, 06 Januari 2022
Yang Menyatakan,

**Nonong Afni**