

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian

1. Sejarah PT. Bank Syariah Mandiri KCP Banjarnegara

Bank Syariah Mandiri berdiri sejak tahun 1999 setelah terjadinya krisis ekonomi dan moneter pada tahun 1997-1998. Bank Syariah Mandiri resmi beroperasi pada hari Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999. Seiring dengan perkembangan ekonomi yang semakin pesat terutama ekonomi islam, Bank Syariah Mandiri terus tumbuh dan berkembang sebagai lembaga keuangan yang melakukan sistem operasional perbankan dengan prinsip syariah. Salah satu wujud pertumbuhan dan perkembangan dari Bank Syariah Mandiri yakni banyaknya jaringan kantor BSM yang telah dibuka dan jaringan ATM yang sudah tersebar di berbagai daerah di Indonesia. Per Desember 2017 tercatat Bank Syariah Mandiri memiliki 737 kantor di Indonesia, dengan akses jaringan ATM lebih dari 196.000. Salah satu kantornya berada di Banjarnegara, Jawa Tengah yakni Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Banjarnegara.

PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Banjarnegara merupakan sebuah lembaga keuangan dari cabang perbankan yang menjalankan kegiatan operasional sesuai dengan prinsip syariah. Bank Syariah Mandiri KCP Banjarnegara berdiri pada 08 November 2010 yang beralamat di Jl. Letnan Jend. Suwondo Parman, No. 31, Semarang, Kec. Banjarnegara, Banjarnegara, Jawa Tengah 53411. Bank Syariah Mandiri

KCP Banjarnegara merupakan kantor cabang pembantu dari area Yogyakarta dan kantor pusatnya berada di Jakarta. BSM KCP Banjarnegara memiliki 25 karyawan yang dibagi menjadi beberapa bagian sesuai dengan jobdesk masing-masing.

2. Visi Dan Misi PT. Bank Syariah Mandiri KCP Banjarnegara

a. Visi

- 1) Menjadi Bank Syariah yang Terdepan dan Modern
- 2) Menjadi bank syariah yang selalu unggul di antara pelaku industri perbankan syariah di Indonesia pada segmen consumer, micro, SME, commercial, dan corporate.
- 3) Menjadi bank syariah dengan sistem layanan dan teknologi mutakhir yang melampaui harapan nasabah.

b. Misi

- 1) Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan di atas rata-rata industri yang berkesinambungan.
- 2) Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah.
- 3) Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen ritel.
- 4) Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah universal.
- 5) Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat.
- 6) Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.

c. Budaya Perusahaan

Dalam rangka mewujudkan visi dan misi BSM, insan-insan BSM perlu menerapkan nilai-nilai yang relatif seragam, insan-insan BSM telah menggali dan menyepakati nilai-nilai dimaksud, yang kemudian disebut *BSM Shared Values*.

BSM Shared Values tersebut adalah ETHIC, yakni:

- ***Excellence***

Bekerja keras, cerdas, tuntas dengan sepenuh hati untuk memberikan hasil terbaik

- ***Teamwork***

Aktif, bersinergi untuk sukses bersama

- ***Humanity***

Peduli, ikhlas, memberi maslahat dan mengalirkan berkah baginegeri

- ***Integrity***

Jujur, taat, amanah, dan bertanggung jawab

- ***Customer Focus***

Berorientasi kepada kepuasan pelanggan yang berkesinambungan dan saling menguntungkan

B. Karakteristik Responden

Karakteristik responden merupakan deskripsi dari responden berdasarkan sampel yang digunakan. Tujuan pendeskripsian karakteristik responden untuk memberikan gambaran mengenai sampel yang digunakan

dalam penelitian ini. Untuk mengetahui karakteristik responden, peneliti menekankan pada jenis kelamin, umur, pendidikan terakhir, dan lamanya nasabah melakukan pembiayaan murabahah di BSM KCP Banjarnegara. Hasil yang peneliti dapatkan mengenai karakteristik responden adalah :

1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berikut adalah data dari nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Banjarnegara sebagai responden dalam penelitian ini berdasarkan jenis kelamin :

Tabel 4. 1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Jumlah
Laki-laki	39
Perempuan	16
Total	55

Sumber : Data primer diolah, 2019

Dari tabel 4.1 terkait karakteristik responden nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Banjarnegara berdasarkan jenis kelamin, dapat kita lihat bahwa mayoritas nasabah pembiayaan murabahah Bank Syariah Mandiri KCP Banjarnegara yang dijadikan responden adalah berjenis kelamin laki-laki sebanyak 39 orang. Sisanya sebanyak 16 orang berjenis kelamin perempuan.

2. Responden Berdasarkan Usia

Dibawah ini adalah data dari jumlah nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Banjarnegara sebagai responden dalam penelitian ini berdasarkan usia :

Tabel 4. 2

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah
21 - 30 Tahun	7
31 - 40 Tahun	21
≥ 41 Tahun	27
Total	55

Sumber : Data primer diolah, 2019

Berdasarkan tabel diatas, bisa dilihat bahwa nasabah pembiayaan murabahah Bank Syariah KCP Banjarnegara yang dijadikan responden dengan usia 21-30 tahun berjumlah 7 orang. Paling banyak yakni pada usia ≥ 45 tahun dengan jumlah 27 orang dan sisanya sebanyak 21 orang berusia 31-40 tahun.

3. Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berikut adalah data dari nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Banjarnegara sebagai responden dalam penelitian ini berdasarkan pendidikan terakhir :

Tabel 4. 3**Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

Pendidikan Terakhir	Jumlah
SD/MI	9
SMP/MTS	2
SMA/SMK/MA	20
D3	4
S1	18
S2	2
Total	55

Sumber : Data primer diolah, 2019

Tabel 4.3 tentang karakteristik responden nasabah pembiayaan murabahah di Bank Syariah Mandiri KCP Banjarnegara berdasarkan pendidikan terakhir dapat dijelaskan bahwa dari 55 nasabah pembiayaan murabahah yang dijadikan responden, sebanyak 9 orang pendidikan terakhirnya adalah SD/MI. Kemudian 2 orang dengan pendidikan terakhir SMP/MTS dan 20 orang pendidikan terakhirnya SMA/SMK/MA. Sisanya dengan pendidikan terakhir D3 sebanyak 4 orang, S1 sebanyak 18 orang, dan S2 sebanyak 2 orang. Jadi mayoritas responden merupakan nasabah pembiayaan murabahah dengan pendidikan terakhir SMA/SMK/MA yakni dengan jumlah 20 orang.

4. Responden Berdasarkan Lamanya Menjadi Nasabah Pembiayaan Murabahah

Dibawah ini adalah data dari nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Banjarnegara sebagai responden dalam penelitian ini berdasarkan lamanya nasabah menggunakan produk pembiayaan murabahah :

Tabel 4. 4

Karakteristik Responden Berdasarkan Lamanya Menjadi Nasabah Pembiayaan Murabahah

Lama Menjadi Nasabah	Jumlah
1 – 3 Tahun	32
4 – 6 Tahun	14
≥ 6 Tahun	9
Total	55

Sumber : Data primer diolah, 2019

Dari tabel diatas, dapat diketahui bahwa berdasarkan lamanya menjadi nasabah pembiayaan murabahah, sebanyak 32 orang sudah menggunakan produk pembiayaan murabahah selama 1-3 tahun. Kemudian 14 responden sudah menggunakan produk pembiayaan murabahah di Bank Syariah Mandiri KCP Banjarnegara selama 4-6 tahun dan sisanya sebanyak 9 orang menjadi nasabah pembiayaan murabahah selama ≥ 6 tahun.

C. Hasil Pengujian Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui kevalidan suatu kuesioner (angket) untuk proses pengumpulan data dibantu menggunakan *software* SPSS 16. Dari uji validitas yang dilakukan, didapatkan hasil sebagai berikut :

Tabel 4. 5

Hasil Uji Validitas Komunikasi

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	16.49	5.255	.744	.585	.794
X1.2	16.51	5.773	.638	.444	.823
X1.3	16.51	5.662	.678	.471	.813
X1.4	16.76	5.665	.539	.305	.853
X1.5	16.71	5.469	.711	.554	.804

Sumber : Data primer diolah, 2019

Dari hasil uji validitas dapat diketahui bahwa nilai koefisien korelasi kelima butir pertanyaan pada kolom *corrected item total correlation* memiliki $r > 0,266$. Jadi dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan dalam kuesioner penelitian valid sehingga dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

Tabel 4. 6**Hasil Uji Validitas Kepercayaan****Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	16.87	4.780	.593	.429	.794
X2.2	16.76	4.369	.713	.543	.757
X2.3	16.82	4.818	.624	.421	.785
X2.4	16.89	4.914	.584	.387	.796
X2.5	17.16	5.139	.568	.336	.801

Sumber : Data primer diolah, 2019

Dari hasil uji validitas pada variabel kepercayaan diatas dapat dilihat bahwa nilai koefisien korelasi kelima butir pertanyaan pada kolom *cerected item total correlation* memiliki $r > 0,266$. Jadi dapat disimpulkan bahwa 5 pernyataan dalam kuesioner penelitian valid sehingga dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

Tabel 4. 7**Hasil Uji Validitas Loyalitas Nasabah****Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	16.16	4.399	.613	.591	.638
Y.2	16.20	4.496	.516	.531	.674
Y.3	16.36	4.384	.448	.261	.707
Y.4	15.76	4.628	.536	.372	.668
Y.5	16.16	5.213	.365	.158	.727

Sumber : Data primer diolah, 2019

Dari hasil uji validitas pada variabel Loyalitas Nasabah diatas dapat dilihat bahwa nilai koefisien korelasi kelima butir pertanyaan pada kolom *corrected item total correlation* memiliki $r > 0,266$. Jadi dapat disimpulkan bahwa 5 pernyataan dalam kuesioner penelitian valid sehingga dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur konsistensi instrumen penelitian, dan dalam penelitian ini instrumen yang digunakan berupa kuesioner. Kuesioner yang digunakan menggunakan skala *likert* dalam pengukuran jawaban oleh responden. Metode yang digunakan untuk mengukur skala *likert* adalah dengan teknik *Cronbach Alpha*. Instrumen disebut reliabel apabila nilai r hitung lebih besar dari 0,60. Dari pengujian yang dilakukan, didapatkan hasil seperti dibawah ini :

Tabel 4. 8

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Komunikasi	.849	Reliabel
Kepercayaan	.822	Reliabel
Loyalitas Nasabah	.730	Reliabel

Sumber : Data primer diolah, 2019

D. Hasil Analisis Data

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji data dari populasi yang digunakan berdistribusi normal atau tidak. Dalam pengujian ini, menggunakan Kolmogorov-Smirnov Tes dengan angka sigifikansi pada uji Kolmogorov-Smirnov $> 0,05$ untuk data berdistribusi normal dengan bantuan SPSS 16. Hasil dari uji normalitas yang dilakukan dapat dilihat dibawah ini :

Tabel 4. 9

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		55
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.67654057
	Absolute	.096
Most Extreme Differences	Positive	.047
	Negative	-.096
Kolmogorov-Smirnov Z		.715
Asymp. Sig. (2-tailed)		.686

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Data primer diolah, 2019

Dari tabel diatas dapat dilihat pada uji *Kolmogrov-Smirnov* yang menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki tingkat

signifikansi $> 0,05$ yakni sebesar 0,715 yang berarti semua data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji ini dilakukan karena dalam penelitian ini menggunakan lebih dari satu variabel bebas yakni variabel komunikasi dan kepercayaan. Pengujian ini diukur menggunakan besaran VIF < 10 untuk tingkat kolinieritas dapat ditoleransi. Hasilnya seperti yang ada di bawah ini :

Tabel 4. 10
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	3.744	1.935		1.935	.058		
¹ Komunikasi	.327	.109	.363	2.991	.004	.541	1.847
Kepercayaan	.457	.118	.470	3.874	.000	.541	1.847

a. Dependent Variable: LoyalitasNasabah

Sumber : Data primer diolah, 2019

Dari tabel uji multikolinieritas diatas dapat dilihat bahwa nilai VIF < 10 yakni sebesar 1,847 dalam kolom *colinierity statistic* yang berarti bahwa variabel komunikasi dan variabel kepercayaan tidak terjadi multikolinieritas untuk model regresi yang digunakan.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini dilakukan apabila tidak terjadi kesamaan varians dalam pengamatan. Hasil dari pengujian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 4. 11

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-.046	1.130		-.041	.967
	Komunikasi	.113	.064	.323	1.773	.082
	Kepercayaan	-.046	.069	-.122	-.670	.506

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber : Data primer diolah, 2019

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa nilai signifikansi > 0,05 yang menunjukkan bahwa variabel yang digunakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini dilakukan untuk mengetahui keadaan variabel dependen apabila dua variabel independen di manipulasi. Analisis regresi linier berganda dilakukan apabila variabel independen minimal dua. Hasil analisis regresi linier berganda yang di dapatkan dengan bantuan *software* SPSS 16 adalah :

Tabel 4. 12
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.744	1.935		1.935	.058
1 Komunikasi	.327	.109	.363	2.991	.004
Kepercayaan	.457	.118	.470	3.874	.000

a. Dependent Variable: LoyalitasNasabah

Sumber : Data primer diolah, 2019

Dari tabel diatas, dapat dijelaskan nilai koefisien dari persamaan regresi linier berganda yang digunakan :

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \varepsilon$$

$$\text{Loyalitas Nasabah} = 3,744 + 0,327 X_1 + 0,457 X_2$$

Maka disimpulkan bahwa regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini positif, sebagaimana dari persamaan diatas bahwa :

1. Konstanta (α) menunjukkan angka 3,744 yang berarti jika komunikasi dan kepercayaan konstan (0), maka besarnya loyalitas nasabah sebesar 3.744
2. $b_1 X_1$ menunjukkan angka 0,327 yang berarti bahwa komunikasi memiliki pengaruh yang positif terhadap loyalitas nasabah pembiayaan murabahah di Bank Syariah Mandiri KCP Banjarnegara. Jadi dapat diketahui bahwa untuk penambahan 1

tanggapan dari responden tentang komunikasi akan mempengaruhi tingkat loyalitas nasabah pembiayaan murabahah di Bank Syariah Mandiri KCP Banjarnegara sebesar 0,327.

3. $b_2 X_2$ menunjukkan angka 0,457 yang berarti bahwa kepercayaan memiliki pengaruh yang positif terhadap loyalitas nasabah pembiayaan murabahah di Bank Syariah Mandiri KCP Banjarnegara. Jadi dapat diketahui bahwa untuk penambahan 1 tanggapan dari responden tentang kepercayaan akan mempengaruhi tingkat loyalitas nasabah pembiayaan murabahah di Bank Syariah Mandiri KCP Banjarnegara sebesar 0,457.

E. Hasil Pengujian Hipotesis

1. Uji T

Uji T dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel yakni komunikasi dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah. Pengujian diukur menggunakan nilai signifikansi $< 0,05$, maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen Hasil yang di dapatkan dari uji ini adalah :

Tabel 4. 13**Hasil Uji T**

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.744	1.935		1.935	.058
1 Komunikasi	.327	.109	.363	2.991	.004
Kepercayaan	.457	.118	.470	3.874	.000

a. Dependent Variable: LoyalitasNasabah

Sumber : Data primer diolah, 2019

Dari hasil uji T yang didapatkan angka signifikansi $< 0,05$, yakni sebesar 0,004 untuk variabel komunikasi dan 0,000 untuk variabel kepercayaan. Hal ini menunjukkan bahwa :

1. Antara variabel komunikasi terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Banjarnegara didapatkan t hitung sebesar $2,991 > t$ tabel sebesar 1,671 dan nilai signifikansi kurang dari 0,05 yakni sebesar 0,004 yang berarti bahwa terdapat pengaruh yang positif dari variabel independen komunikasi (X_1) terhadap variabel dependen loyalitas nasabah (Y).
2. Antara variabel kepercayaan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Banjarnegara didapatkan t hitung sebesar $3,874 > t$ tabel sebesar 1,671 dan nilai signifikansi kurang dari 0,05 yakni sebesar 0,000 yang berarti bahwa terdapat pengaruh yang

positif dari variabel independen kepercayaan (X_2) terhadap variabel dependen loyalitas nasabah (Y).

2. Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel komunikasi dan kepercayaan secara bersamaan terhadap loyalitas nasabah. Hasil yang di dapatkan dari uji ini adalah :

Tabel 4. 14

Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	213.745	2	106.872	36.614	.000 ^b
	Residual	151.783	52	2.919		
	Total	365.527	54			

a. Dependent Variable: LoyalitasNasabah

b. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Komunikasi

Sumber : Data primer diolah, 2019

Hasil uji F diatas menunjukkan nilai signifikansi kurang dari 0,05 yakni sebesar 0,000. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara simultan variabel komunikasi dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Banjarnegara.

3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui presentase total varians variabel loyalitas nasabah yang dipengaruhi oleh variabel

komunikasi dan kepercayaan. Dibantu dengan *software* SPSS, hasil yang didapatkan adalah sebagai berikut :

Tabel 4. 15
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.765 ^a	.585	.569	1.708

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Komunikasi

Sumber : Data primer diolah, 2019

Berdasarkan uji koefisien determinasi (R^2) bahwa nilai pada kolom *Adjusted R Square* menunjukkan angka 0,569 yang berarti bahwa presentase pengaruh komunikasi dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah di Bank Syariah Mandiri Banjarnegara sebesar 56,9 % dan sisanya $100\% - 56,9\% = 43,1\%$ dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti keuntungan bersama, kebenaran, kualitas pelayanan, kepuasan, dan lain-lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

F. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Komunikasi terhadap Loyalitas Dari Nasabah di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Banjarnegara

Berdasarkan hasil dari pengujian validitas diketahui bahwa semua item sebanyak 5 pernyataan kuesioner yang digunakan dalam proses pengumpulan data memiliki nilai $r > 0,266$ jadi semua item yang digunakan dinyatakan valid.

Dari hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada kolom *Cronbach Alpha* bahwa nilai r hitung lebih besar dari 0,60. Pada variabel komunikasi menunjukkan angka sebesar 0,849 dan variabel loyalitas nasabah menunjukkan angka sebesar 0,730. Sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian dinyatakan reliabel.

Berdasarkan pengujian hipotesis antara variabel komunikasi terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Banjarnegara didapatkan t hitung sebesar 2,991 > t tabel sebesar 1,671 dan nilai signifikansi kurang dari 0,05 yakni sebesar 0,004 yang berarti bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel independen komunikasi (X_1) terhadap variabel dependen loyalitas nasabah (Y) di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Banjarnegara.

Berdasarkan pengujian determinasi R^2 variabel komunikasi memiliki pengaruh sebesar 56,9 % terhadap variabel loyalitas nasabah pembiayaan murabahah di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Banjarnegara. Sedangkan sisanya sebesar 43,1 % dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti keuntungan bersama, kebenaran, kualitas pelayanan, kepuasan, dan lain-lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Jadi dapat disimpulkan bahwa komunikasi memberikan pengaruh terhadap loyalitas nasabah pembiayaan murabahah di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Banjarnegara.

Dari penjelasan diatas terkait dengan pengujian instrumen, pengujian hipotesis dan jumlah presentase pengaruh komunikasi terhadap loyalitas nasabah dapat disimpulkan bahwa komunikasi memberikan pengaruh yang positif dan dapat meningkatkan loyalitas nasabah pembiayaan murabahah di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Banjarnegara.

Komunikasi merupakan salah satu variabel yang memiliki pengaruh langsung terhadap loyalitas nasabah pembiayaan murabahah di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Banjarnegara. Hal ini karena komunikasi merupakan suatu kegiatan transfer informasi dari marketing kepada nasabah. Informasi merupakan suatu hal yang sangat penting untuk nasabah. Nasabah memerlukan banyak informasi terkait dengan pembiayaan yang mereka lakukan. Pihak marketing pun dituntut untuk memenuhi kebutuhan informasi yang harus diterima oleh nasabah. Semua itu dilakukan untuk mencegah terjadinya *miss communication* antara marketing dengan nasabah.

Jadi ketika nasabah mendapatkan informasi baik itu dari segi pembiayaannya, pembaruan sistem, pembaruan kebijakan, dan informasi yang lainnya, nasabah bisa mempersiapkan untuk hal-hal yang akan terjadi selanjutnya. Sebagai contoh ketika ada pembaruan sistem untuk jumlah angsuran setiap bulan, pihak marketing bank syariah harus memberi tahu kepada nasabah yang bersangkutan agar nasabah tidak merasa dirugikan. Karena biasanya ketika terjadi

pembaruan sistem, jumlah angsuran di pertengahan akan menurun dan menumpuk di akhir angsuran sehingga jumlahnya tidak sama dari angsuran sebelumnya, bahkan jumlahnya lebih tinggi dari angsuran-angsuran sebelumnya. Hal ini bisa diatasi apabila mengkomunikasikan terjadinya pembaruan system kepada nasabah lebih awal.

Dari penelitian yang telah dilakukan, responden dari penelitian ini yang merupakan nasabah pembiayaan murabahah di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Banjarnegara mengaku telah menerima pelayanan yang baik dari segi komunikasi. Mereka selalu mendapatkan informasi yang dibutuhkan dari marketing. Meskipun penyampaian dari marketing Bank Syariah Mandiri KCP Banjarnegara berbeda-beda, namun mereka bisa memahaminya dan mereka mengaku puas dengan pelayanan Bank Syariah Mandiri KCP Banjarnegara dari segi komunikasi.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya oleh Toyyibul (2017) yang menghasilkan bahwa variabel komunikasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Wardhani dkk (2017) dan Pinontoan (2013) juga menemukan bahwa variabel komunikasi memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah secara positif dan signifikan.

2. Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas Dari Nasabah di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Banjarnegara

Berdasarkan hasil dari pengujian validitas diketahui bahwa semua item sebanyak 5 pernyataan kuesioner yang digunakan dalam proses pengumpulan data memiliki nilai $r > 0,266$ jadi semua item yang digunakan dinyatakan valid.

Dari hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada kolom *Cronbach Alpha* bahwa nilai r hitung lebih besar dari 0,60. Pada variabel kepercayaan menunjukkan angka sebesar 0,822 dan variabel loyalitas nasabah menunjukkan angka sebesar 0,730. Sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian dinyatakan reliabel.

Berdasarkan pengujian hipotesis antara variabel kepercayaan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri KCP Banjarnegara didapatkan t hitung sebesar 3,874 $>$ t tabel sebesar 1,671 dan nilai signifikansi kurang dari 0,05 yakni sebesar 0,000 yang berarti bahwa variabel independen kepercayaan (X_2) memiliki pengaruh positif dan signifikan yang paling besar terhadap variabel dependen loyalitas nasabah pembiayaan murabahah di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Banjarnegara.

Berdasarkan pengujian determinasi R^2 variabel kepercayaan memiliki pengaruh sebesar 56,9 % terhadap variabel loyalitas nasabah pembiayaan murabahah di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Banjarnegara. Sedangkan sisanya sebesar 43,1 %

dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti keuntungan bersama, kebenaran, kualitas pelayanan, kepuasan, dan lain-lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Jadi dapat disimpulkan bahwa kepercayaan memberikan pengaruh terhadap loyalitas nasabah pembiayaan murabahah di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Banjarnegara.

Dari penjelasan diatas terkait dengan pengujian instrumen, pengujian hipotesis dan jumlah presentase pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah dapat disimpulkan bahwa kepercayaan memberikan pengaruh positif yang paling besar dan dapat meningkatkan loyalitas nasabah pembiayaan murabahah di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Banjarnegara.

Untuk menciptakan loyalitas nasabah pembiayaan murabahah di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Banjarnegara, kepercayaan merupakan variabel yang sangat berpengaruh. Hal ini karena kepercayaan memiliki peran yang sangat penting untuk membuktikan kepada nasabah bahwa Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Banjarnegara merupakan sebuah lembaga keuangan yang dapat dipercaya. Sehingga ketika kepercayaan nasabah kepada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Banjarnegara sudah terjalin dengan baik, maka akan terjadi loyalitas nasabah itu sendiri. Hal ini karena nasabah merasa dijaga dan dilayani dengan baik sehingga nasabah tersebut tidak ada alasan untuk berpindah ke lembaga lain.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, nasabah pembiayaan Bank Syariah Mandiri KCP Banjarnegara yang merupakan responden dari penelitian ini menyatakan bahwa marketing Bank Syariah Mandiri KCP Banjarnegara sudah memberikan kepercayaan yang mereka inginkan. Nasabah pembiayaan murabahah di Bank Syariah Mandiri KCP Banjarnegara mengaku puas dengan kepercayaan yang mereka jalin dengan pihak marketing, terutama bagi nasabah yang dijemput bola untuk sistem angsurannya. Pihak Bank Syariah Mandiri KCP Banjarnegara memang memberikan pelayanan jemput bola bagi nasabah pembiayaan untuk memudahkan nasabah dalam menunaikan kewajibannya membayar angsuran setiap bulan. Hal ini dilakukan mengingat jarak antara Bank Syariah Mandiri KCP Banjarnegara dengan rumah nasabah jauh dan membutuhkan waktu lama sehingga marketing yang datang kerumah nasabah dan mengambil angsuran setiap bulannya.

Hasil yang didapatkan dari penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya oleh Rastini dan Pramana (2016) yang mengemukakan bahwa variabel kepercayaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Seperti yang dihasilkan oleh Pinontoan (2013) bahwa kepercayaan memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah secara positif dan signifikan. Pada penelitian sebelumnya oleh Toyyibul (2017) kepercayaan tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Namun, hasil

dari penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

3. Pengaruh Komunikasi dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Dari Nasabah di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Banjarnegara

Berdasarkan persamaan regresi linier berganda $Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \epsilon$ menunjukkan bahwa konstanta sebesar 3,744 berarti jika nilai komunikasi dan kepercayaan konstan (0) maka nilai loyalitas nasabah sebesar 3,744. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi dan kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pembiayaan murabahah di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Banjarnegara. Oleh karena itu apabila tidak ada variabel komunikasi dan kepercayaan maka nilai dari loyalitas nasabah itu sendiri sangat kecil hanya sebesar 3,774. Semua variabel dalam penelitian ini juga menunjukkan t hitung yang lebih besar daripada t tabel dan tingkat signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat **Pengaruh Komunikasi dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Dari Nasabah Pembiayaan Murabahah di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Banjarnegara baik secara parsial dan simultan.**

Sebuah komunikasi yang dilakukan antara marketing dengan nasabah pembiayaan murabahah di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Banjarnegara mencakup banyak informasi yang

sesuai dengan fakta. Sehingga informasi yang disampaikan oleh marketing mampu menciptakan kepercayaan nasabah demi terciptanya loyalitas nasabah. Loyalitas nasabah terjadi ketika nasabah sudah merasa aman dan nyaman menggunakan produk yang ada di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Banjarnegara. Selain itu, nasabah akan lebih yakin dengan Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Banjarnegara ketika praktik yang ada dilapangan sesuai dengan informasi yang diberikan oleh marketing. Oleh karena itu komunikasi dan kepercayaan mampu mempengaruhi loyalitas nasabah dari masing-masing peran yang diberikan dan keduanya memiliki peran yang saling mendukung satu sama lain.

Dari penelitian yang dilakukan, dapat dijelaskan bahwa responden yang dijadikan sampel penelitian disini masih melakukan pembiayaan di bank lain. Hal ini dikarenakan nasabah sudah melakukan pembiayaan terlebih dahulu sebelum berdirinya Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Banjarnegara. Mereka yang sudah mengetahui dan memahami tentang bank syariah cenderung menggunakan produk yang ada di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Banjarnegara mengingat di Banjarnegara bank syariah masih sangat minoritas. Namun dikarenakan alasan tertentu, masih ada nasabah yang menggunakan produk di bank lain.

Nasabah mengaku tidak ingin direpotkan dan membuang-buang waktu untuk pemindahan pembiayaan (*take offer*) meskipun prosesnya

dibantu dan dilakukan oleh pihak bank syariah. Tetapi hal ini tidak membuat nasabah tersebut melupakan kewajibannya sebagai nasabah pembiayaan di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Banjarnegara. Justru mereka lebih sering menggunakan produk yang ada di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Banjarnegara dengan berbagai macam alasan seperti karena keuntungan yang di dapatkan, pelayanan dari pihak bank syariah, dan atau karena mereka yang sudah lebih memahami sistem bank syariah.

Seperti pada penelitian Pinontoan (2013) yang menemukan bahwa komunikasi dan kepercayaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Pada penelitian sebelumnya oleh Bambang dkk (2016) menemukan bahwa komunikasi dan kepercayaan memiliki pengaruh terhadap komitmen organisasi. Kemudian hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi dan kepercayaan juga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.