



**PENGARUH PELAYANAN BAGIAN *MARKETING* TERHADAP
LOYALITAS NASABAH PEMBIAYAAN PADA PT. BANK MUAMALAT
INDONESIA Tbk KCP SIBUHUAN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
dalam Bidang Ilmu Ekonomi Syariah*

Oleh

MASROANI NASUTION

NIM. 12 230 0146

JURUSAN EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)**

PADANGSIDIMPUAN

2017



**PENGARUH PELAYANAN BAGIAN *MARKETING* TERHADAP
LOYALITAS NASABAH PEMBIAYAAN PADA PT. BANK MUAMALAT
INDONESIA Tbk KCP SIBUHUAN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
dalam Bidang Ilmu Ekonomi Syariah*

Oleh

MASROANI NASUTION

NIM. 12 230 0146

PEMBIMBING I

Muhammad Isa, ST., MM
NIP. 19800605 2011012 2 003

PEMBIMBING II

Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PADANGSIDIMPUAN**

2017



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS HUKUM DAN HUKUM ISLAM
Jalan T. Sjahrir No. 101 Kelok Padangsidimpuan 21122
Telp. (0842) 5221124 Fax. (0842) 5221123

No : 00000
di MADRANG MASITON
Lampiran : 3 Lembar/Keputusan

Padangsidimpuan, 11 Januari 2017
Rapat di:
Dewan Fakultas Hukum dan Ilmu Islam
IAI Padangsidimpuan
Di:
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wa. Wa.

Sebelum memulai, membaca dan memberikan pernyataan terlebih dahulu kepada seluruh warga s.n. MADRANG MASITON yang berjudul "PERJALANAN PELAYANAN BAGIAN MANAJEMEN TERHADAP (QUALITAS HASILAN PENSIKSIAN PADA PT. BANK MUAMALAT INDONESIA Tbk KCP SIDIKIRI". Maka kami berpendapat bahwa surat ini akan dapat diterima untuk melengkapi laporan dan penyertaan mengenai guru agama Ekstern (KE) dalam bidang Ekonomi Syariah pada Fakultas Hukum dan Ilmu Islam IAI Padangsidimpuan.

Sehingga dengan ini di atas, maka dengan membaca surat dapat menjadi saling bertanggung jawab dan bertanggung jawab dengan ini.

Demikian kami sampaikan, semoga dapat diterima dan atas perhatiannya diucapkan terimakasih.

Assalamu'alaikum Wa. Wa.

PERMENDUGI

Muhammad Isa, ST, SH
No. 000000 201711 2 001

PERMENDUGI II

Hani Fahriah Nasution, M.Pd, SH



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUNAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Padangsidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Masroani Nasution
NIM : 12 230 0146
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah-2
JudulSkripsi : Pengaruh Pelayanan Bagian *Marketing* Terhadap Loyalitas Nasabah Pembiayaan Di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCP Sibuhuan

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing, dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan kode etik mahasiswa pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 22 Januari 2017
Demohon,




MASROANI NASUTION
NIM. 12 230 0146

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademik Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Masroani Nasution
NIM : 12 230 0146
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **PENGARUH PELAYANAN BAGIAN *MARKETING* TERHADAP LOYALITAS NASABAH PEMBIAYAAN PADA PT. BANK MUAMALAT INDONESIA Tbk KCP SIBUHUAN**. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Haka Cipta.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan
Pada tanggal : 22 Januari 2017

menyatakan,



Masroani Nasution

**DEWAN PENGUJI
UJIAN MUNAQASYAH SARJANA**

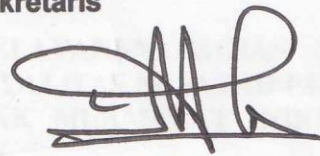
NAMA : MASROANI NASUTION
NIM : 12 230 0146
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH PELAYANAN BAGIAN *MARKETING* TERHADAP
LOYALITAS NASABAH PEMBIAYAAN PADA PT. BANK
MUAMALAT INDONESIA Tbk KCP SIBUHAN

Ketua



Rosnani Siregar, M.Ag
NIP. 19740626 200312 2 001

Sekretaris



Muhammad Isa, ST., MM
NIP. 19800605 201101 1 003

Anggota



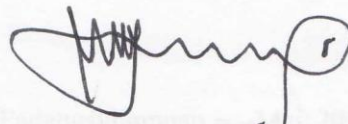
1. **Rosnani Siregar, M.Ag**
NIP. 19740626 200312 2 001



2. **Muhammad Isa, ST., MM**
NIP. 19800605 201101 1 003



3. **Nofinawati, SEI., MA**
NIP. 19821116 201101 2 003



4. **Mudzakkir Khotib Siregar, M.A**
NIP. 19721121 199903 1 002

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidempuan

Tanggal : 06 April 2017

Pukul : 09.00 s/d 12.00

Hasil/Nilai: 73,38 (B)

Predikat : AMAT BAIK

IPK : 3,07



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK
INDONESIA**

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**
Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidempuan 22733
Telepon. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI : PENGARUH PELAYANAN BAGIAN *MARKETING*
TERHADAP LOYALITAS NASABAH PEMBIAYAAN
PADA PT. BANK MUAMALAT INDONESIA Tbk
KCP SIBUHUAN.**

**NAMA : MASROANI NASUTION
NIM : 12 230 0146**

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas
Dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam bidang Ilmu Ekonomi Syariah

Padangsidempuan, 24 Mei 2017

Dekan



Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M. Ag
NIP. 19731128 200112 1 001

ABSTRAK

Nama : Masroani Nasution
Nim : 12 230 0146
Judul : Pengaruh Pelayanan Bagian *Marketing* Terhadap Loyalitas Nasabah Pembiayaan Di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCP Sibuhuan.

Nasabah yang puas dan setia (loyal) merupakan peluang untuk mendapatkan nasabah baru. Mempertahankan semua nasabah yang ada umumnya akan lebih menguntungkan dibandingkan pergantian nasabah baru karena biaya untuk menarik nasabah baru bisa lebih banyak dari biaya mempertahankan seorang nasabah yang sudah ada. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Apakah ada pengaruh pelayanan bagian *marketing* terhadap loyalitas nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Kantor Cabang Pembantu Sibuhuan”. Sedangkan tujuan dalam penelitian ini adalah “untuk mengetahui pengaruh pelayanan bagian *marketing* terhadap loyalitas nasabah pembiayaan di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCP Sibuhuan”.

Pembahasan penelitian berkaitan dengan manajemen pemasaran. Sehubungan dengan itu, pendekatan yang dilakukan adalah teori-teori yang berkaitan dengan pelayanan bagian *marketing* dan loyalitas nasabah.

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, menggunakan analisis data dengan menggunakan metode analisis regresi sederhana. Dengan data diolah menggunakan perhitungan statistik SPSS Versi 22.00. Teknik pengumpulan data meliputi wawancara dan angket. Jumlah responden sebanyak 85 orang nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Pembantu Sibuhuan. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, analisis deskriptif, uji normalitas, uji linear, uji determinasi (R^2), regresi sederhana, dan Uji t.

Hasil penelitian dengan uji koefisien Determinasi (R^2) adalah 0,017, artinya persentase sumbangan pengaruh variabel pelayanan bagian *marketing* terhadap loyalitas nasabah adalah sebesar 1,7%. Sedangkan sisanya sebesar 98,3% dipengaruhi oleh variabel lain. Persamaan regresi sederhana yang dilakukan peneliti diketahui $LN = 33,361 + 0,122 PM$, artinya nilai konstanta sebesar 33,361 artinya jika pelayanan bagian *marketing* diabaikan maka loyalitas nasabah sebesar 0,122, dan jika pelayanan bagian *marketing* meningkat 1 satuan maka loyalitas nasabah juga akan meningkat sebesar 0,122. Hasil Uji t diketahui t_{hitung} sebesar 2,199 dengan t_{tabel} sebesar 1,663 Artinya bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,199 > 1,663$. Maka H_a diterima dan H_0 ditolak artinya pelayanan bagian *marketing* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Pembantu Sibuhuan.

Kata Kunci: Pelayanan Bagian *Marketing*, Loyalitas Nasabah

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Syukur Alhamdulillah peneliti ucapkan ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, yang senantiasa mencurahkan kelapangan hati dan kejernihan pikiran sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Shalawat serta salam peneliti sanjung tinggikan kepada Nabi besar Muhammad SAW yang telah membawa ajaran Islam demi keselamatan dan kebahagiaan umat manusia di dunia dan akhirat kelak.

Untuk menyelesaikan perkuliahan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan, maka menyusun skripsi merupakan salah satu tugas akhir yang harus diselesaikan untuk mendapat gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada bidang Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Skripsi ini berjudul: **“Pengaruh Pelayanan Bagian *Marketing* Terhadap Loyalitas Nasabah Pembiayaan Di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, KCP Sibuhuan”**.

Dalam menyusun skripsi ini peneliti banyak mengalami hambatan dan rintangan. Namun berkat bantuan dan bimbingan dari dosen pembimbing, keluarga dan rekan seperjuangan, baik yang bersifat material maupun immaterial, akhirnya skripsi ini dapat di selesaikan. Oleh sebab itu peneliti mengucapkan banyak terimakasih utamanya kepada:

1. Bapak Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL selaku Rektor IAIN Padangsidimpuan, serta Bapak Drs. H.Irwan Saleh Dalimunthe, M.A Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak H. Aswadi Lubis, S.E, M.Si Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Drs. Samsuddin Pulungan, M.Ag Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
2. Bapak Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan, Bapak Dr. Darwis Harahap, S. HI, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Ibu Rosnani Siregar, M.Ag selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan,

dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

3. Bapak Muhammad Isa, ST., MM sebagai ketua Jurusan Ekonomi Syariah, Ibu Delima Sari, M.A sebagai Sekretaris Jurusan, serta seluruh civitas akademika IAIN Padangsidimpuan yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidimpuan.
4. Bapak Muhammad Isa, ST., MM merupakan pembimbing I dan Ibu Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd merupakan pembimbing II, yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan petunjuk yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak serta Ibu Dosen IAIN Padangsidimpuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan, dorongan dan masukan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidimpuan.
7. Teristimewa kepada keluarga tercinta Ayahanda Kasmar Nasution dan Ibunda Kasuma Hasibuan yang telah membimbing dan selalu memanjatkan doa yang tiada henti-hentinya, serta berjuang demi kami anak-anaknya hingga bisa menjadi apa yang diharapkan. Terimakasih doa dari Kakanda dan Adinda Masroida Nasution, Maslaida Nasution, Mhd. Dirisman Nasution, Wardini Nasution, Alamanda Nasution, Ahmad Fauzan Nasution yang paling berjasa dalam hidup Peneliti yang telah banyak berkorban serta memberikan dukungan moral dan material demi kesuksesan Peneliti dalam menyelesaikan studi mulai dari tingkat dasar sampai perkuliahan di IAIN Padangsidimpuan. Do'a dan usahanya yang tidak mengenal lelah memberikan dukungan dan harapan dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah senantiasa dapat membalas perjuangan mereka dengan surga firdaus-Nya.
8. Kepada pimpinan PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, KCP Sibuhuan Bapak Zulfadli Dalimunthe SE, peneliti ucapkan terima kasih banyak atas kesediaan Beliau untuk dapat menerima dan memberikan izin kepada peneliti dalam

melakukan penelitian di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Sibuhuan. Peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada Bapak Akbaruddin, Bapak Asnan Daulay, Bapak Idham Kholid dan Bapak Riswan Tua selaku Admin dan semua Karyawan PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Sibuhuan yang telah memberi bantuan, pengarahan, bimbingan, serta berbagi pengalaman kepada peneliti untuk dijadikan masukan yang baik. Buat semuanya semoga sukses selalu.

9. Sahabat-sahabat terbaik Nur Hasanah Siregar, Lanni Dalimunthe, Fitri Ansari, Rita Suci, Purnama Sari, Shinta handayani, Nella Febriani, Juwairiyah, Rina Kholilah, Annisa Rondana, Nevy Darnita, yang selalu memberi semangat, doa dan dukungan kepada peneliti agar tak berputus asa, dan tetap semangat dalam menyelesaikan skripsi.
10. Rekan-rekan mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2012, khususnya Ekonomi Syariah-2 yang selalu memberi dukungan, semoga kita semua sukses dalam meraih cita-cita.

Bantuan, bimbingan dan motivasi yang telah bapak/ibu dan saudara-saudari berikan amat sangat berharga, peneliti mungkin tidak dapat membalasnya dan tanpa kalian semua peneliti bukan siapa-siapa. Semoga Allah SWT dapat memberi imbalan dari apa yang telah Bapak/Ibu dan saudara-saudari berikan kepada peneliti.

Peneliti menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan. Hal ini disebabkan karena keterbatasan pengetahuan dan ilmu yang dimiliki peneliti, sehingga peneliti masih perlu mendapat bimbingan serta arahan dari berbagai pihak demi untuk kesempurnaan penulisan ilmiah.

Padangsidempuan, 22 Januari 2017

Peneliti

MASROANI NASUTION
NIM. 12 230 0164

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf arab dan translitasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	be
ت	Ta	T	te
ث	sa	s	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	je
ح	ḥ a	ḥ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	de
ذ	zal	z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	er
ز	Zai	Z	zet
س	Sin	S	es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	ṣ ad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍ ad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭ a	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓ a	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	ge
ف	Fa	F	ef
ق	Qaf	Q	ki
ك	Kaf	K	ka
ل	Lam	L	el
م	Mim	M	em
ن	Nun	N	en

و	Wau	W	we
ه	Ha	H	ha
ء	Hamzah	.. ? ..	apostrof
ي	Ya	Y	ye

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	Nama
	fatḥ ah	A	A
	kasrah	I	I
	ḍ ommah	U	U

b. Vokal Rangkap

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

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
ي ي	fatḥ ah dan ya	Ai	a dan i
و و	fatḥ ah dan wau	Au	a dan u

c. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا ا	fatḥ ah dan alif atau ya	a	a dan garis atas

ي...	kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah
و...	ḍ ommaḥ dan wau	u	u dan garis di atas

3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

a. Ta marbutah hidup

Ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat fathāh, kasrah, dan ḍ ommaḥ, transliterasinya adalah /t/.

b. Ta marbutah mati

Ta marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

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

4. Syaddah (Tsaydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid. Dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

5. Kata Sandang

Kata sandang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

ال . Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

a. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

b. Kata sandang yang diikuti huruf qamariah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

6. Hamzah

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

7. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim, maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah per kata dan bisa pula dirangkaikan.

8. Huruf Capital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan

kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

9. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama.

DAFTAR ISI

Halaman

Halaman Judul	
Halaman Pengesahan Pembimbing	
Surat Pernyataan Pembimbing	
Surat Pernyataan Menyusun Skripsi Sendiri	
Berita Acara Ujian Munaqasyah	
Pengesahan Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam	
Halaman Pernyataan Persetujuan Publikasi	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	v
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah.....	9
C. Batasan Masalah	9
D. Definisi Operasional Variabel	9
E. Rumusan Masalah	10
F. Tujuan Penelitian	11
G. Kegunaan Penelitian	11
H. Sistematika Pembahasan.....	12
BAB II LANDASAN TEORI	13
A. KerangkaTeori	13
1. Loyalitas Nasabah.....	13
a. Pengertian Loyalitas Nasabah.....	13
b. Ciri-ciri Nasabah yang Loyalitas	14
c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah .	15
d. Tujuan dan Fungsi Pembiayaan.....	16
e. Jangka Waktu Pembiayaan	17
f. Jenis-Jenis Pembiayaan.....	18
g. Pembiayaan Berdasarkan <i>Take Over</i>	21
2. Pelayanan Bagian <i>Marketing</i>	22
a. Pengertian Pelayanan Bagian <i>Marketing</i>	22
b. Dasar- Dasar <i>Marketing</i> Syariah	26
c. Pengertian <i>Marketing</i> Syariah	27
d. Konsep Pelayanan Bagian <i>Marketing</i> Syariah.....	28
e. Konsep Dasar Spritual <i>Marketing</i>	32
B. Penelitian Terdahulu	33
C. Kerangka Pikir	36

D. Hipotesis Penelitian	37
BAB III Metodologi Penelitian	38
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	38
B. Jenis Penelitian	38
C. Populasi dan sampel.....	38
1. Populasi.....	38
2. Sampel.....	40
D. Instrumen Pengumpulan Data.....	42
E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	45
1. Validitas Instrumen	45
2. Reliabilitas Instrumen	45
F. Analisis Data.....	46
1. Uji Normalitas.....	46
2. Uji Linearitas	46
3. Analisis Deskriptif	47
4. Regresi Linear Sederhana	47
5. Koefisien Determinasi (R^2).....	48
6. Uji Hipotesis (Uji t)	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	50
A. Gambaran Umum PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Kantor Cabang Pembantu Sibuhuan	50
1. Sejarah Singkat Perusahaan	50
2. Visi dan Misi.....	53
3. Ruang Lingkup Bidang Usaha.....	54
4. Daerah Pemasaran.....	54
5. Struktur Organisasi PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Kantor Cabang Pembantu Sibuhuan	54
B. Analisis Implementasi Take Over Pada Pembiayaan PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, Kantor Cabang Pembantu Sibuhuan	56
C. Analisis Deskriptif	57
D. Hasil Analisis Data Penelitian	62
1. Uji Validitas	62
2. Uji Reliabilitas	63
3. Uji Normalitas	64
4. Uji Linearitas.....	66
5. Analisis Deskriptif	67
6. Analisis Regresi Linear Sederhana	68
7. Koefisien Determinasi (R^2).....	69
8. Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t)	70
E. Pembahasan Hasil Penelitian	71
F. Keterbatasan Penelitian.....	75
BAB V PENUTUP	76
A. Kesimpulan	76
B. Saran	77

**DAFTAR PUSTAKA
DAFTAR RIWAYAT HIDUP
LAMPIRAN-LAMPIRAN**

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1	Defenisi Operasional Variabel 10
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu 33
Tabel 3.1	Jumlah Nasabah Pembiayaan..... 39
Tabel 3.2	Jumlah nasabah yang di take over..... 39
Tabel 3.3	Skala Likert 44
Tabel 3.4	Kisi-kisi Angket Pelayanan Bagian <i>Marketing</i> 44
Tabel 3.5	Kisi-kisi Angket Loyalitas Nasabah 44
Tabel 4.1	Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Jenis Kelamin . 58
Tabel 4.2	Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Pendidikan 59
Tabel 4.3	Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Pekerjaan 60
Tabel 4.4	Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Penghasilan..... 61
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas Pelayanan Bagian <i>Marketing</i> 62
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Loyalitas Nasabah 63
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Y..... 64
Tabel 4.8	Hasil Uji Normalitas 65
Tabel 4.9	Hasil Uji Linieritas..... 67
Tabel 4.10	Hasil Uji Deskriptif..... 67
Tabel 4.11	Hasil Uji Analisis Regresi Sederhana 68
Tabel 4.12	Hasil Uji koefisien Determinasi 69
Tabel 4.13	Hasil Uji Regresi Parsial (Uji t) 70

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	36
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Pada PT.Bank Muamalat Indonesia Tbk, KCP Sibuhuan.....	52
Gambar 4.2 Diagram Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
Gambar 4.3 Diagram Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Pendidikan	59
Gambar 4.4 Diagram Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	60
Gambar 4.5 Diagram Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Penghasilan	61
Gambar 4.6 Hasil Plot Uji Normalitas	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Daftar Riwayat Hidup
Lampiran 2	Kuesioner Penelitian
Lampiran 3	Data Responden
Lampiran 4	Jawaban Angket Penelitian
Lampiran 5	Transformasi Data Ordinal ke Data Interval
Lampiran 6	Hasil Uji Analisis Data
Lampiran 7	Permohonan Surat Riset
Lampiran 8	Balasan Surat Riset
Lampiran 9	Surat Selesai Penelitian
Lampiran 10	Permohonan Kesediaan menjadi Pembimbing

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia perbankan semakin pesat dan mendominasi perkembangan ekonomi dan bisnis suatu negara, baik dari segi produk, kualitas pelayanan, dan teknologi yang dimiliki. Bahkan aktifitas dan keberadaan perbankan sangat menentukan kemajuan suatu negara dalam bidang ekonomi. Perbankan merupakan salah satu badan usaha yang bergerak dalam bidang pelayanan jasa keuangan. Perbankan atau biasa disebut dengan bank menyediakan jasa keuangan bagi seluruh lapisan masyarakat.

Bank syariah merupakan bank yang secara operasional berbeda dengan bank konvensional. Salah satu ciri khas bank syariah yaitu tidak menerima atau membebani bunga kepada nasabah, akan tetapi menerima atau membebani bagi hasil serta imbalan lain sesuai dengan akad-akad yang diperjanjikan. Konsep dasar bank syariah didasarkan pada al-Qur'an dan Hadis. Semua produk dan jasa yang ditawarkan tidak boleh bertentangan dengan isi al-Qur'an dan Hadis Rasulullah SAW.¹ Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara pihak yang berkelebihan dana dengan pihak yang kekurangan dana untuk menjalankan kegiatan usaha lainnya, berdasarkan prinsip syariah. Keberadaan bank syariah diakui di negara Republik Indonesia pengakuan tersebut tercatat dalam peraturan Perundang-Undangan di Indonesia yaitu UU No. 7 tahun 1992 tentang

¹ Ismail, *Perbankan Syariah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), hlm. 29.

perbankan UU No. 10 tentang perubahan atas UU No. 7 tahun 1998 tentang perubahan, UU No.3 Tahun 2004 tentang perubahan atas UU No. 23 tahun 1999 tentang Bank Indonesia. UU No. 3 tahun 2006 tentang perubahan atas UU No. 7 tahun 1989 tentang peradilan agama.²

PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, Kantor Cabang Pembantu Sibuhuan berlokasi di Jln. Sudirman No. 31 Lingkungan Pasar Sibuhuan, Kecamatan Barumun Kabupaten Padang Lawas Provinsi Sumatera Utara. Untuk memulai operasi pasti membutuhkan dana. Kegiatan yang dilakukan oleh PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, Kantor Cabang Pembantu Sibuhuan adalah untuk melayani kebutuhan masyarakat, membantu pertumbuhan perekonomian masyarakat ekonomi lemah dan usaha simpan pinjam, yang merupakan bidang usahanya di bidang keuangan melalui produk dan jasa yang telah disediakan.³

PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, Kantor Cabang Pembantu Sibuhuan melayani nasabah baik nasabah yang menabung maupun yang meminjam sehingga PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, Kantor Cabang Pembantu Sibuhuan mampu mempertahankan nasabahnya sebagai diperlukan adanya berbagai usaha agar tujuan yang telah direncanakan tersebut dapat tercapai. Di samping itu, adanya produk yang berkualitas serta harga yang mampu bersaing, yang bisa memberikan nilai tersendiri bagi nasabah. Nasabah yang puas dan setia (loyal) merupakan peluang untuk mendapatkan nasabah baru. Mempertahankan semua nasabah yang ada umumnya akan

² Ali Azainuddin, *Hukum Perbankan Syariah* (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), hlm. 1-2.

³ *Ibid.*, hlm. 4.

lebih menguntungkan dibandingkan pergantian nasabah baru karena biaya untuk menarik nasabah baru bisa lebih banyak dari biaya mempertahankan seorang nasabah yang sudah ada. Dalam kondisi persaingan yang ketat, hal utama yang harus diprioritaskan adalah kepuasan nasabah yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas nasabah sehingga perusahaan dapat bertahan, bersaing dan menguasai pangsa pasar.

Loyalitas nasabah didefinisikan sebagai besarnya kemungkinan nasabah pembeli kembali dan kesediaan mereka untuk menjadi partner bagi perusahaan. Dalam kaitannya dengan kesetiaan nasabah menyatakan bahwa apabila nasabah puas terhadap produk atau layanan yang diberikan, akan menimbulkan kesetiaan nasabah sehingga membuat nasabah melakukan pembelian ulang dimasa yang akan datang, menurunkan elastisitas harga, menghambat pesaing menarik nasabah karena nasabah enggan berpindah menurunkan biaya dan waktu transaksi berikutnya, menurunkan biaya penanganan ketidaksesuaian produk atau jasa, menurunkan biaya pencarian nasabah baru karena nasabah akan cenderung menginformasikan kepada calon nasabah lainnya, karena perusahaan memiliki produk dan layanan yang memuaskan, sehingga reputasi PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, Kantor Cabang Pembantu Sibuhuan turut terangkat.⁴

Terdapat dua faktor penting yang memungkinkan loyalitas nasabah dapat dibangun dan berkembang. Faktor pertama adalah ikatan emosional yang dimiliki nasabah produk atau jasa perusahaan harus lebih besar dari

⁴ Wawancara dengan Bapak Akbaruddin Harahap Sebagai *Customer Service* di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, Kantor Cabang Pembantu Sibuhuan Pada Hari Kamis, 22 Desember 2016, Pukul 11.00 Wib.

pada ikatan emosional mereka terhadap produk atau jasa pesaing perusahaan tersebut. Sedangkan faktor kedua adalah adanya pembelian berulang yang dilakukan oleh nasabah. Agar PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, Kantor Cabang Pembantu Sibuhuan dapat berhasil di tengah persaingan yang ketat, maka PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, Kantor Cabang Pembantu Sibuhuan harus melakukan strategi yang tepat dalam memasarkan produknya. Strategi pemasaran dapat berhasil hanya dengan melakukan hubungan pemasaran nasabah yaitu strategi pemasaran yang melibatkan bank dan nasabah. Fungsi BMI pada umumnya terbatas hanya menghimpun dana dan menyalurkan dana. PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, Kantor Cabang Pembantu Sibuhuan merupakan badan usaha yang beroperasi di bidang penghimpunan dana maupun pembiayaan. Pembiayaan merupakan aktivitas bank syariah dalam menyalurkan dana kepada pihak nasabah yang membutuhkan dana berdasarkan prinsip syariah. Pembiayaan sangat bermanfaat bagi bank syariah, nasabah, dan pemerintah. Pembiayaan memberikan pendapatan yang paling besar diantara produk lainnya yang dilakukan bank syariah.

Untuk mempertahankan dan mendatangkan nasabah baru setiap bank berusaha keras untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan menawarkan berbagai jenis produknya. Produk-produk yang ditawarkan oleh PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, Kantor Cabang Pembantu Sibuhuan cukup banyak dan bervariasi untuk memenuhi kebutuhan usaha maupun pribadi. Produk pembiayaan tersebut ada yang bersifat bagi hasil dan jual

beli. Pembiayaan yang ada di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, Kantor Cabang Pembantu Sibuhuan seperti pembiayaan *Musyarakah, Mudharabah, Murabahah, Salam, Isthisna, Qardh, Ijarah, Ijarah Muntahiyyah Bit Tamlik* dan transaksi Multijasa.

Kualitas bank syariah sebagai lembaga perantara ditentukan oleh kemampuan manajemen untuk melaksanakan perannya. Termasuk juga dalam kegiatan bidang *marketing*. Dalam prosesnya baik atau tidaknya kualitas suatu perusahaan tersebut yang dimana dalam hal ini bergerak di bidang pelayanan yang diberikan oleh *marketing* terhadap pihak nasabah haruslah sesuai yang diharapkan nasabah itu sendiri. Baik dalam melayani saat menabung maupun pada saat ingin menjadi calon nasabah. Sebagai *marketing* yang baik seseorang haruslah bersikap ramah saat melayani nasabah ataupun calon nasabah, berpenampilan menarik dan yang lebih penting mendengarkan dengan baik, sigap dan tanggap terhadap apa yang dibutuhkan oleh si calon nasabah ataupun nasabah itu sendiri.⁵

Marketing merupakan strategi kombinasi yang dilakukan oleh berbagai perusahaan dalam bidang pemasaran. Hampir semua perusahaan melakukan strategi ini guna tujuan pemasarannya akan lebih baik, apalagi dalam kondisi persaingan yang demikian ketat saat ini. Kombinasi yang terdapat dalam komponen *marketing* harus dilakukan dengan memperhatikan antara satu komponen dengan komponen lainnya. Penggunaan bauran pemasaran (*marketing*) dalam dunia perbankan dilakukan dengan

⁵Wawancara dengan Bapak Riswan Tua Sebagai *Back Office* di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, Kantor Cabang Pembantu Sibuhuan Pada Hari Jum'at, 23 Desember 2016, Pukul 10.00 Wib.

menggunakan konsep-konsep yang sesuai dengan kebutuhan bank. Dalam praktiknya konsep bauran pemasaran terdiri dari bauran pemasaran untuk produk yang berupa barang maupun jasa. Khusus untuk produk yang berbentuk barang jasa diperlakukan konsep yang sedikit berbeda dengan produk barang.⁶ Menurut Kotler, bagian bauran pemasaran (*marketing*) terdiri dari empat yaitu:

1. Produk (*Product*)
2. Harga (*Price*)
3. Tempat/saluran distribusi (*Place*)
4. Promosi (*Promotion*)

Dalam menciptakan produk plus tidaklah mudah, produk plus diciptakan haruslah memiliki keunggulan dan kelebihan jika dibandingkan dengan produk pesaing. Untuk menciptakan produk plus maka diperlukan kondisi-kondisi yang satu sama lainnya saling mendukung. Kondisi-kondisi untuk menciptakan produk plus tersebut sangat tergantung dari:

1. Pelayanan yang prima, karena produk Bank sangat tergantung dari pelayanan yang diberikan oleh karyawan Bank, maka kualitas pelayanan sangat menentukan keunggulan produk tersebut. Di samping karyawan juga harus didukung oleh sistem prosedur yang efisien dan efektif melalui penyediaan sarana dan prasarana yang dimilikinya.
2. Pegawai yang profesional. Para karyawan Bank mulai dari yang paling rendah sampai karyawan atas perlu diberikan pendidikan dan latihan

⁶ Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2004), hlm. 192.

dalam melayani nasabah maupun dalam memperlancar nasabah proses transaksi dengan nasabah.

3. Sarana dan prasarana yang dimiliki haruslah dapat memberikan pelayanan yang cepat dan tepat, sehingga nasabah merasa puas setiap pelayanan yang diberikan.
4. Lokasi dan *layout* gedung serta ruangan. Lokasi Bank yang diinginkan adalah lokasi yang mudah dijangkau serta *layout* yang dapat memberikan kenyamanan dan keamanan bagi nasabahnya.
5. Nama baik Bank yang ditunjukkan dari citra dan prestasi Bank ikut mengangkat produk yang dihasilkan, demikian pula sebaliknya.⁷

Berdasarkan survei pendahuluan yang dilakukan peneliti ternyata banyak nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Pembantu Sibuhuan yang tidak sepenuhnya loyal. Hal ini ditandai dengan banyaknya nasabah pembiayaannya yang beralih dan memindahkan pinjamannya ke bank lain.⁸ Berdasarkan data yang diperoleh dari pihak PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Pembantu Sibuhuan jumlah nasabah yang di *take over* (pindah) ke bank lain adalah seperti pada tabel berikut:

⁷ Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2004), hlm. 119.

⁸Wawancara dengan Bapak Zulfadli Dalimunthe SE Sebagai *Sub Branch Manager* di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, Kantor Cabang Pembantu Sibuhuan Pada Hari Jum'at, 23 Desember 2016, Pukul 14.00 Wib.

Tabel 1.1
Jumlah Nasabah yang di *Take Over* Bank Lain

Tahun	Jumlah Nasabah Yang di <i>Take Over</i> Bank Lain
2014	16 Orang
2015	20 Orang

Sumber: PT. BMI, Tbk KCP Sibuhuan

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh jumlah nasabah yang pindah (*take over*) ke Bank lain pada tahun 2014 sebanyak 16 orang, dan mengalami peningkatan sebesar 3,8 % pada tahun 2015 yaitu sebanyak 20 orang. Sehingga dapat disimpulkan jumlah nasabah yang pindah (*take over*) ke Bank lain PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Kantor Cabang Pembantu Sibuhuan selalu mengalami peningkatan nasabah. Di dalam peningkatan jumlah nasabah akan mencerminkan berkembangnya perusahaan-perusahaan lain.

Hasil wawancara dengan Bapak Akbaruddin Harahap sebagai *Customer Service* PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Pembantu Sibuhuan pada hari Kamis, tanggal 22 Desember 2016, pukul 11.00 Wib. Berdasarkan pengamatan peneliti dapat diketahui sebagian besar nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Pembantu Sibuhuan cukup rendah. Jika hal ini terjadi terus menerus akan mempengaruhi terhadap loyalitas nasabah pembiayaan pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Pembantu Sibuhuan.

Berdasarkan uraian-uraian di atas, peneliti merasa perlu untuk memaparkan lebih lanjut dari masalah tersebut. Untuk itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Pelayanan Bagian**

Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah Pembiayaan Di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCP Sibuhuan

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, peneliti menemukan masalah yang akan dibahas dalam penelitian diantaranya:

1. Kualitas pelayanan menentukan keunggulan produk sehingga nasabah menjadi loyal.
2. Pengaruh produk jasa terhadap loyalitas nasabah pembiayaan di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, KCP Sibuhuan.
3. Pengaruh promosi bagian *marketing* terhadap loyalitas nasabah pembiayaan di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, KCP Sibuhuan.
4. Pengaruh pelayanan bagian *marketing* terhadap loyalitas nasabah pembiayaan di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, KCP Sibuhuan.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka peneliti membatasi masalah yaitu pengaruh pelayanan bagian *marketing* terhadap loyalitas nasabah pembiayaan di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, KCP Sibuhuan.

D. Defenisi Operasional Variabel

Penelitian ini terdiri dari dua variabel yang dilambangkan dengan (X) atau variabel independen dan (Y) atau variabel dependen, dimana keduanya baik yang pengaruhnya tinggi maupun yang pengaruhnya rendah.

Adapun defenisi operasional variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.2
Defenisi Operasional Variabel

No	Variabel	Defenisi	Indikator	Skala Pengukuran
1	Pelayanan bagian <i>marketing</i> (X)	Pelayanan adalah aktivitas atau manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. ⁹	1. <i>Tangible</i> 2. <i>Reability</i> 3. <i>Reponsiveness</i> 4. <i>Assurance</i> 5. <i>Empahty</i>	Ordinal
2	Loyalitas Nasabah (Y)	Loyalitas nasabah adalah suatu ukuran kesetiaan dari pelanggan dalam menggunakan suatu produk pada kurun waktu tertentu pada situasi dimana banyak pilihan produk yang dapat memenuhi kebutuhannya dan nasabah memiliki kemampuan mendapatkannya.	1. <i>Repeat</i> 2. <i>Retention</i> 3. <i>Referral</i>	Ordinal

E. Rumusan masalah

Berdasarkan identifikasi dan batasan masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian adalah apakah ada pengaruh pelayanan bagian *marketing* terhadap loyalitas nasabah pembiayaan di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, KCP Sibuhuan?

⁹ Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran, Edisi Ketiga* (Yogyakarta: Andi Offset, 1997), hlm. 142.

F. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini dilakukan adalah untuk mengetahui pengaruh pelayanan bagian *marketing* terhadap loyalitas nasabah pembiayaan di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCP Sibuhuan.

G. Kegunaan Penelitian.

Penelitian dilakukan untuk memperoleh manfaat khususnya bagi peneliti maka kegunaan peneliti yaitu:

1. Bagi Peneliti

Sebagai bahan masukan untuk menambah wawasan serta memperluas pengetahuan peneliti, dan bisa mengenal lebih jauh ilmu pengetahuan teoritis yang telah didapatkan di bangku kuliah dengan fakta di lapangan yang sebenarnya, memperdalam dan meningkatkan kreativitas diri.

2. Bagi PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, KCP Sibuhuan

Dapat dijadikan sebagai sumber informasi bagi perusahaan dalam usaha meningkatkan pemasaran produk pelayanan supaya lebih memuaskan nasabah dan menambah loyalitas nasabah kepada perusahaan serta untuk mempertahankan strategi pemasaran yang sudah ada guna menguntungkan dimasa kini dan dimasa yang akan datang.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Sebagai referensi ilmiah bagi penulisan lebih lanjut pada masalah yang berkaitan dan sebuah bahan masukan bagi riset pemasaran.

H. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah penulisan dalam menyusun skripsi penelitian ini, maka penulisan skripsi ini disajikan peneliti dengan sistematika sebagai berikut:

Bab I pendahuluan berisi tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, defenisi operasional variabel, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian serta sistematika pembahasan.

Bab II berisi tentang uraian tentang teori-teori yang menjelaskan permasalahan yang diteliti disertai dengan kerangka pikir dan hipotesis.

Bab III Penjelasan secara rinci mengenai semua unsur metode dalam penelitian ini, yaitu penjelasan mengenai jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data dan analisa data.

Bab IV dikemukakan uji validitas dan uji realibilitas, uji normalitas, analisis data dan pembahasan hasil analisis.

Bab V berisi tentang kesimpulan dan saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Loyalitas Nasabah

a. Pengertian Loyalitas Nasabah

Kesetiaan nasabah tidak dapat dibeli, kesetiaan tidak dapat dipaksakan, kesetiaan diperoleh melalui kepuasan yang diterima seiring berjalannya waktu dan usaha, kesetiaan terwujud bukan karena hal berupa uang saja, kesetiaan tidak dapat diperjualbelikan, karena kesetiaan datangnya dari lubuk hati dari ketulusan hati nurani yang terjadi karena akibat adanya rasa puas yang diterima dan dirasakan pelanggan, karena pelayanan yang diterima sangat baik dan itu terus dilakukan tanpa ada batas waktu. Menurut Herry Sutanto kesetiaan (*loyalty*) adalah:

Perilaku seorang konsumen yang mendalam untuk melakukan pembelian ulang dan berlangganan tetap terhadap sebuah produk atau jasa yang disukai pada masa depan, dalam situasi apapun yang mempengaruhinya dan seberapa besar usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan pengalihan perilaku.¹

Loyalitas nasabah didefinisikan sebagai besarnya kemungkinan nasabah membeli kembali dan kesediaan mereka untuk menjadi *partner* berarti bersedia membeli produk atau jasa dalam jumlah yang lebih banyak, memberikan rekomendasi positif serta

¹Herry Sutanto dan Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: CV Pustaka Setia. 2013), hlm. 286.

bersedia menginformasikan kepada pihak perusahaan apabila terjadi kesalahan dalam operasional pelayanan.

b. Ciri-Ciri Nasabah yang Loyalitas

Ciri-ciri nasabah yang loyal yaitu:

- 1) *Repeat* yaitu apabila nasabah menggunakan barang atau jasa yang disediakan oleh penyedia jasa yang bersangkutan secara berulang-ulang. Adanya sebuah tindak lanjut untuk melakukan transaksi berulang atau rutin ditempat yang sama
- 2) *Retention* yakni nasabah tidak terpengaruh jasa dan produk yang ditawarkan oleh pihak lain. Tidak akan mudah tergiur oleh tawaran dari produk sejenis pesaing, karena sudah terbentuk kenyamanan dalam diri selama mengkonsumsi jasa di tempat tersebut.
- 3) *Refferal* apabila jasa yang diterima memuaskan, maka nasabah akan memberitahukan kepada pihak lain, dan sebaiknya apabila ada ketidakpuasan atas pelayanan yang diterima dia tidak akan bicara pada pihak lain, tapi justru akan memberitahukan layanan yang kurang memuaskan tersebut pada pihak bank. Adanya kenyamanan dan kepuasan tersendiri yang dapat dirasakan maka seseorang akan merekomendasikan pemberitaan tentang apa yang dirasakannya tersebut kepada orang lain.

c. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah

Faktor penting yang sangat mempengaruhi loyalitas nasabah adalah keterikatan yang tinggi terhadap produk atau jasa tertentu dibanding terhadap produk atau jasa pesaing potensial dan pembelian yang berulang. Faktor yang mempengaruhi loyalitas adalah sebagai berikut:

1) Kepuasan pelanggan

Loyalitas terjadi karena adanya pengaruh kepuasan atau ketidakpuasan dengan produk tertentu berakumulasi secara terus menerus.

2) Persepsi kualitas produk

Perbedaan persepsi nasabah tentang kualitas produk biasanya berbeda-beda pada setiap produk.

3) Citra produk

Sikap dan tindakan nasabah pada suatu produk sangat dikondisikan pada citra produk yang melekat dalam pikiran konsumen.

4) Rintangan untuk berpindah

Faktor yang lain mempengaruhi loyalitas adalah besar kecilnya rintangan untuk berpindah. Rintangan berpindah terdiri dari biaya keuangan, diskon bagi pelanggan yang loyal, biaya social dan biaya emosional.

d. Tujuan dan fungsi pembiayaan

Dalam kegiatan penyaluran dana, lembaga keuangan baik bank maupun non-bank dengan cara melakukan pembiayaan. Pembiayaan yang dilakukan lembaga keuangan baik bank maupun non-bank karena berhubungan dengan rencana untuk memperoleh pendapatan. Menurut UU No. 7 Tahun 1992 yang dimaksud pembiayaan adalah Penyediaan uang atau tagihan atau dapat dipersamakan dengan itu berdasarkan tujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi hutangnya setelah jangka waktu tertentu ditambah dengan jumlah bunga, imbalan atau bagi hasil.

Dalam membahas tujuan pembiayaan mencakup lingkup yang luas. Pembiayaan yang diberikan oleh bank syariah berfungsi membantu masyarakat dalam memenuhi kebutuhan dalam meningkatkan usahanya. Masyarakat merupakan individu, pengusaha, lembaga, badan usaha, dan lain-lain yang membutuhkan dana. Pada dasarnya terdapat dua fungsi yang saling berkaitan dari pembiayaan yaitu:²

- 1) *Profitability*, yaitu tujuan untuk memperoleh hasil dari pembiayaan berupa keuntungan yang diraih dari bagi hasil yang diperoleh dari usaha yang dikelola bersama nasabah. Oleh karena itu bank hanya akan menyalurkan pembiayaan kepada usaha-

²Veithzal, *Islamic Financial Managemen* (Jakarta:PT Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 5.

usaha nasabah yang diyakini mampu dan mau mengembalikan pembiayaan yang telah di terimanya.

2) *Syafety*, keamanan dari prestasi atau fasilitas yang diberikan harus benar-benar terjamin sehingga tujuan *profitability* dapat benar-benar tercapai tanpa hambatan yang berarti. Oleh karena itu, dengan keamanan ini dimaksudkan agar prestasi yang diberikan dalam bentuk modal, barang atau jasa itu betul-betul terjamin pengembaliannya sehingga keuntungan (*profitability*) yang diharapkan dapat menjadi kenyataan.

e. Jangka waktu pembiayaan

Sebagaimana lazimnya setiap perjanjian pembiayaan selalu ditentukan batas waktu bagi yang beruntung atau penerima pembiayaan kapan harus mengembalikan pembiayaan atau modal yang diterimanya itu.³ Di dalam perjanjian pembiayaan selalu ada klausul yang membatasi jangka waktu pembiayaan harus di lunasi. Apabila batas waktu tersebut, ternyata penerima pembiayaan tidak dapat melunasi pembiayaannya maka penerima pembiayaan berada dalam kategori khianat atau wanprestasi. Di samping itu, ada kalanya ditentukan pula jadwal angsuran pembiayaan sesuai dengan sifat dan bentuk perjanjian yang dibuatnya sekaligus jangka waktu pembiayaan.

³Ismail, *Op.Cit.*, hlm. 116.

Penyediaan dana ditentukan dalam suatu mata uang atau sejumlah mata uang. Apabila dana tersebut harus disediakan dalam lebih dari satu mata uang, maka mata uang tersebut harus ditentukan secara spesifik. Harus dibuat klausul yang jelas untuk memastikan bahwa mata uang pelunasan atas pembiayaan itu sama dengan mata uang yang diberikan atau disalurkan.⁴

f. Jenis-jenis pembiayaan

Menurut Malayu S.P Hasibuan, “Jenis pembiayaan dibedakan berdasarkan sudut pendekatan yang kita lakukan, yaitu berdasarkan tujuan kegunaannya, jangka waktu dan kualitasnya”.⁵

1) Berdasarkan tujuan atau kegunaan

- a) Kredit konsumtif adalah produk yang dipergunakan untuk kebutuhan sendiri bersama keluarganya, seperti kredit rumah atau mobil yang akan digunakan sendiri bersama keluarganya, kredit ini tidak produktif.
- b) Kredit modal kerja adalah kredit yang dipergunakan untuk menambah modal usaha debitur, kredit ini produktif.
- c) Kredit investasi adalah kredit yang dipergunakan untuk investasi produktif tetapi baru akan menghasilkan dalam jangka waktu yang relative lama. Biasanya kredit ini

⁴ Faturrahman Djamil, *Penyelesaian Pembiayaan Bermasalah di Bank Syariah* (Jakarta: Sinar Grafika, 2012), hlm. 15-16.

⁵Malayu S.P Hasibuan, *Dasar-Dasar Perbankan* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2009), hlm. 88.

diberikan *grace period* misalnya kredit untuk perkebunan kelapa sawit dan lain-lain.

2) Berdasarkan jangka waktu

- a) Kredit jangka pendek yaitu kredit yang jangka waktunya paling lama satu tahun saja.
- b) Kredit jangka menengah yaitu kredit yang jangka waktunya antara satu sampai tiga tahun.
- c) Kredit jangka panjang yaitu kredit yang jangka waktunya telah lebih dari tiga tahun.

3) Berdasarkan kualitasnya

- a) Pembiayaan lancar (*pass*), pembiayaan yang digolongkan lancar apabila memenuhi kriteria antara lain: pembiayaan angsuran pokok dan *margin* tepat waktu, memiliki mutasi rekening yang aktif, bagian dari pembiayaan yang dijamin dengan agunan tunai (*cash collateral*).
- b) Perhatian khusus (*special mention*), pembiayaan digolongkan pembiayaan dalam perhatian khusus apabila memenuhi kriteria: terdapat tunggakan angsuran pokok dan *margin* yang belum melampaui Sembilan puluh hari, kadang-kadang terjadi cerukan, mutasi rekening relatif aktif, jarang terjadi pelanggaran terhadap kontrak yang diperjanjikan, didukung oleh pinjaman baru.

- c) Kurang lancar (*substandar*), pembiayaan digolongkan kepada pembiayaan kurang lancar apabila memenuhi kriteria sebagai berikut: terdapat tunggakan angsuran pokok dan *margin*, frekuensi mutasi rekening relative rendah, terjadi pelanggaran terhadap kontrak yang diperjanjikan lebih dari Sembilan puluh hari, terdapat keuangan yang dihadapi debitur, dokumentasi pinjaman yang lemah.
- d) Macet (*loss*), pembiayaan yang digolongkan kedalam pembiayaan macet apabila memenuhi kriteria: terdapat tunggakan angsuran pokok dan bagi hasil, kerugian operasional ditutupi dengan pinjaman baru, dari segi hukum maupun kondisi pasar, jaminan tidak dapat di cairkan pada nilai wajar.

Dalam jangka panjang loyalitas pada nasabah menjadi tujuan bagi perencanaan sebuah bank, dan dijadikan dasar untuk pengembangan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Loyalitas juga akan menjadi kunci sukses, tidak hanya dalam kunci sukses jangka pendek tetapi juga jangka panjang. Jadi, loyalitas nasabah pembiayaan merupakan komitmen nasabah bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi

dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.

g. Pembiayaan Berdasarkan *Take Over*

Pembiayaan *take over* adalah pembiayaan yang timbul sebagai akibat dari *take over* terhadap transaksi non syariah yang telah berjalan yang dilakukan oleh Bank syariah atas permintaan nasabah.⁶ *Take over* dapat dijalankan jika dokumen jaminan atau agunan dari pinjaman yang akan dilunasi tidak berstatus dalam proses, baik peningkatan hak, maupun balik nama, sehingga dapat jelas dari pihak mana ke pihak mana, *take over* akan dijalankan. Selain daripada itu, pencairan dana wajib dilakukan di hari yang sama, sehingga perlu adanya konfirmasi awal ke bank asal sebelum *take over* dijalankan, karena jika *take over* gagal, pada beberapa Bank, debitur akan diminta untuk melakukan pelunasan fasilitas yang dicairkan (di Bank Baru). Beberapa keuntungan yang dapat diterima dari *take over* adalah :

- 1) Plafond pinjaman yang lebih besar.

Setiap Bank memiliki batas maksimal *plafond* yang dapat diberikan, sehingga terkadang saat debitur membutuhkan dana yang lebih besar, Bank yang bersangkutan tidak dapat membantu.

⁶ Muhammad, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, (Yogyakarta, YKPN, 2005), hlm. 248.

2) Bunga pinjaman yang lebih Rendah

Bunga yang lebih rendah, dapat memberikan angsuran yang lebih kecil, sehingga debitur dapat dengan lebih mudah membayar kewajibannya setiap bulan.

3) Kemudahan bertransaksi

Khusus jika *take over* dilakukan ke Bank yang lebih "Besar".

Dalam pembiayaan *take over* ini, bank syariah mengklasifikasikan hutang nasabah menjadi dua macam :

1) Hutang pokok plus bunga

Dalam memberikan *take over* hutang pokok plus bunga, bank syariah memberikan jasa *qardh*, karena jasa *qard* tidak terbatas untuk menalangi hutang termasuk yang berbasis bunga.

2) Hutang pokok

Dalam memberikan *take over* hutang pokok saja, bank syariah memberikan jasa *hiwalah*, (pengalihan hutang). Terkait akad yang digunakan, disesuaikan dengan apakah *take over* dengan jasa *hiwalah* tadi berupa pembiayaan modal, investasi atau konsumsi.

2. Pelayanan Bagian *Marketing*

a. Pengertian Pelayanan Bagian *Marketing*

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pelayanan berasal dari kata “layan” artinya membantu menyiapkan (mengurus) apa-apa yang diperlukan seseorang. Jadi, kata pelayanan adalah perihal atau

cara melayani, usaha melayani kebutuhan orang lain dengan memperoleh imbalan, kemudahan yang diberikan sehubungan dengan jual beli barang dengan jasa.⁷ Dalam defenisi lain menyebutkan pelayanan adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah.⁸

Pelayanan adalah pelayanan diberikan sebagai tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau nasabah. Tindakan tersebut dapat dilakukan melalui cara langsung melayani pelanggan, artinya karyawan langsung berhadapan dengan pelanggan atau menempatkan sesuatu dimana nasabah sudah mengetahui tempatnya atau pelayanan melalui telepon atau pelayanan yang tidak langsung oleh karyawan akan tetap dilayani oleh mesin, seperti mesin Ajungan Tunai Mandiri (ATM). Tindakan yang dilakukan guna memenuhi keinginan pelanggan akan sesuatu produk atau jasa yang mereka butuhkan.⁹

Menurut Melayu S.P Hasibuan, pelayanan yang baik adalah “pelayanan yang dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat, tepat, dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya”.¹⁰ Agar pelayanan yang diberikan bisa memuaskan nasabah, maka seorang *Customer Service* harus

⁷Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2007), hlm. 647.

⁸ M. Nur Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu* (Jakarta: Ghali Indonesia, 2004), hlm. 15.

⁹Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah* (Penerbit: Ghalia Indonesia, 2010), hlm 5-6.

¹⁰ Melayu S.P Hasibuan, *Op. Cit.*, hlm. 152.

memiliki dasar-dasar pelayanan yang kokoh. Dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami dan dimengerti seorang *Marketing*, pramuniaga, *public relation*, satpam atau kasir, yaitu:¹¹

- 1) Berpakaian dan berpenampilan rapi dan bersih.
- 2) Percaya diri, bersikap akrab dan penuh dengan senyum.
- 3) Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika sudah kenal.
- 4) Tenang, sopan, hormat, serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan.
- 5) Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar.

Pelayanan sangat penting karena dengan pelayanan yang baik dan benar akan menciptakan simpati, baik dari masyarakat maupun dari bank-bank saingan.¹² Jika masyarakat simpati akan menimbulkan kepercayaan sehingga pemasaran bank akan lebih lancar. Pelayanan juga merupakan daya penarik bagi nasabah agar tetap loyal.

Dalam memberikan pelayanan, setidaknya bank harus memenuhi 5 kriteria kualitas pelayanan yang berkualitas, sehingga diharapkan dapat menciptakan kepuasan nasabah yaitu:¹³

- 1) Bukti langsung (*Tangible*), meliputi fasilitas yang kasat mata yang dapat dinikmati langsung oleh nasabah. Untuk melayani nasabah

¹¹ Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2004), hlm. 182.

¹² Wawancara dengan Bapak Zulfadli Dalimunte SE Sebagai *Sub Branch Manager* di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, Kantor Cabang Pembantu Sibuhuan Pada Hari Kamis, 22 Desember 2016, Pukul 12.00 Wib.

¹³ Husein Umar, *Studi Kelayakan Bisnis* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005), hlm. 94-95.

salah satunya hal yang paling penting diperhatikan adalah sarana dan prasarana yang dimiliki bank. Kelengkapan dan kenyamanan sarana dan prasarana akan mengakibatkan nasabah betah untuk berurusan dengan bank. Dalam konsep Islam pelayanan yang berkenaan dengan fasilitas yang membuat nasabah merasa nyaman memang penting.

- 2) Keandalan (*Reliability*), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan. Pelayanan akan dapat dikatakan reliabel apabila dalam perjanjian yang telah diungkapkan dicapai secara akurat. Ketepatan dan keakuratan inilah yang akan menumbuhkan kepercayaan nasabah terhadap lembaga penyedia layanan jasa.
- 3) Daya tanggap (*Responsiveness*), yaitu respon atau kesigapan karyawan dalam membantu nasabah dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap. Pelayanan yang diberikan sesuai jadwal untuk pekerjaan tertentu dan jangan membuat kesalahan dalam arti pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan nasabah
- 4) Jaminan (*Assurance*), meliputi kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara cepat, kualitas keramahan, perhatian dan kesopanan dalam memberi pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan di dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan, dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan

pelanggan terhadap perusahaan. Dengan memberikan pelayanan yang menunjukkan kesopanan dan kelembah-lembutan akan menjadi jaminan rasa aman bagi nasabah dan yang berdampak pada kesuksesan perusahaan layanan jasa.

- 5) Empati (*Empathy*), yaitu perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada pelanggan. Perhatian yang ditunjukkan melalui hubungan, komunikasi dan memahami terhadap kebutuhan serta keluhan nasabah. Perwujudan dari sikap empati akan membuat nasabah merasa kebutuhannya terpuaskan karena dirinya dilayani dengan baik.

Pemasaran (*Marketing*) suatu fungsi organisasi dan seperangkat proses untuk menciptakan, mengomunikasikan dan menyerahkan nilai kepada nasabah dan pengelola hubungan nasabah dengan cara yang menguntungkan organisasi dan para pemilik saham. Defenisi sosial yang menunjang tujuan pemasaran suatu proses yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan diinginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain.

b. Dasar-Dasar *Marketing* Syariah

Marketing berhubungan dengan mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan masyarakat.¹⁴ Dari era rasional ke emosional banyak orang mengatakan, pasar syariah adalah pasar

¹⁴Philip Kotler & Keller Kevin Lane, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1,(Indonesia: PT. Indeks, 2007), hlm. 6.

yang emosional (*emotional market*), sedangkan pasar konvensional adalah pasar yang rasional (*rational market*). Maksudnya, orang tertarik untuk berbisnis pada syariah karena alasan-alasan keagamaan yang lebih bersifat emosional, bukan karena ingin mendapatkan keuntungan *finansial* yang bersifat rasional. Sebaliknya pada pasar konvensional atau non syariah, orang mendapatkan keuntungan *finansial* yang sebesar-besarnya, tanpa terlalu peduli apakah bisnis yang digelutinya tersebut mungkin menyimpang atau malah bertentangan dengan agama Islam.

c. Pengertian *Marketing* Syariah

Pengertian syariah berasal dari kata *syara'a al- syai'i* yang berarti “menerangkan atau “ menjelaskan sesuatu”. Atau berasal dari kata *syir'ah* dan syariah yang berarti suatu tempat yang dijadikan sarana untuk mengambil air secara langsung sehingga orang yang mengambilnya tidak memerlukan alat lain. Pemasaran sendiri adalah salah satu bentuk muamalah yang dibenarkan dalam Islam, sepanjang dalam segala proses transaksinya terpelihara dari hal-hal yang terlarang oleh ketentuan syariah.

Marketing syariah adalah sebuah disiplin bisnis strategi yang mengarahkan proses penciptaan, proses penawaran maupun proses perubahan nilai (*value*), tidak boleh ada akad-akad yang bertentangan dengan akad prinsip-prinsip muamalah yang semata-mata hanya untuk mencari ridho Allah SWT, maka seluruh

transaksinya insya Allah menjadi ibadah dihadapan Allah, jadi dengan *marketing* syariah seluruh proses tidak boleh ada yang bertentangan dengan prinsip-prinsip Islami. Selama proses ini dapat dijamin atau tidak penyimpangan terhadap prinsip syariah, maka setiap transaksi apapun dalam pemasaran dapat diperbolehkan.

d. Konsep Pelayanan Bagian *Marketing* Syariah

Menurut Didin Hafidudin dan Hermawan Kartajaya menyatakan terdapat nilai-nilai Islami yang harus diterapkan dalam memberikan pelayanan yang maksimal yaitu:

1) Profesional (*Fathanah*)

Menurut Didin Hafidudin yang dikutip dari skripsi Ramadhani dari Universitas Islam Bandung “profesional adalah bekerja dengan maksimal dan penuh komitmen dan kesungguhan”.¹⁵ Sifat *profesionalisme* digambarkan dalam al-Quran Surat *Al-Israa* ayat 84.

قُلْ كُلُّ يَعْمَلُ عَلَىٰ شَاكِلَتِهِ ۗ فَرَبُّكُمْ أَعْلَمُ بِمَنْ
هُوَ أَهْدَىٰ سَبِيلًا ﴿٨٤﴾

¹⁵Ramadhani, “*Kualitas Pelayanan Islami dan Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah*” (Skripsi, Universitas Islam Bandung, 2015), hlm. 27-29.

Artinya: Katakanlah: "Tiap-tiap orang berbuat menurut keadaannya masing-masing". Maka Tuhanmu lebih mengetahui siapa yang lebih benar jalannya.¹⁶

Berdasarkan ayat di atas dapat disimpulkan jika seseorang yang bekerja sesuai dengan profesinya maka akan menghasilkan sesuatu yang baik bagi orang lain. Allah SWT dalam firman-Nya ini menyinggung salah satu sifat kelemahan manusia dan kekurangannya, yaitu bahwa bila dia dikaruniai Allah rezeki, harta kekayaan, kesehatan jasmani dan rohani, kemenangan dan keberhasilan dalam apa yang diusahakan, kemudian berpaling dari kewajibannya taat dan beribadah kepada Allah dan membelakangi petunjuk Allah dengan sikap sombong, dan apabila ia ditimpa kesusahan, kemelaratan atau sesuatu musibah, maka ia segera berputus asa dan hilang harapannya untuk memperoleh kembali apa yang telah hilang dari tangannya.

2) Kesopanan dan Keramahan (*Tabligh*)

Menurut Hermawan Kertajaya *tabligh* artinya “komunikatif dan argumentatif” orang yang memiliki sifat *tabligh* akan menyampaikan dengan benar dan tutur kata yang tepat. Kesopanan dan keramahan merupakan inti dalam memberikan pelayanan kepada orang lain. Hal ini ditegaskan dalam Surat *Thahaa* ayat 44.

¹⁶ Departemen Agama RI, *Al-Kafi Mushaf Al-Quran*, (Bandung: Diponegoro, 2008), hlm. 290.

فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا لَّعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَىٰ ﴿٤٤﴾

Artinya: “Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut, Mudah-mudahan ia ingat atau takut”.¹⁷

Ayat di atas mengandung arti lemah lembut. Artinya jika seseorang ingin menegur dan berbicara maka bertutur sapaalah dengan lemah lembut sehingga mereka bisa menerima apa yang kita sampaikan. Dan apabila melayani seseorang dengan sopan dan ramah maka orang yang dilayani akan merasa puas. Selain itu melayani dengan rendah hati (*khidmah*) yaitu sikap ramah tamah, sopan santun, murah senyum, suka mengalah, namun tetap penuh tanggung jawab.

3) Jujur (*Siddiq*)

Jujur yaitu tidak pernah berdusta dalam melakukan segala kegiatan transaksi. Menurut Hermawan Kartajaya “Jujur adalah kesesuaian antara berita yang disampaikan dan fakta, antara fenomena dan yang diberitakan, serta bentuk dan substansi”. Tidak menipu (*Al-Kadzib*) yaitu suatu sikap yang sangat mulia dalam menjalankan bisnisnya adalah tidak pernah menipu. Seperti

¹⁷Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya Al-Jumanatul 'Ali* (Bandung: CV. J-ART, 2004), hlm. 314.

praktek bisnis dan dagang yang diterapkan oleh Rasulullah SAW adalah tidak pernah menipu.

4) Amanah

Amanah berarti memiliki tanggungjawab dalam melaksanakan setiap tugas dan kewajiban. Menurut M. Ismail Susanto menyatakan bahwa “amanah berarti terpercaya dan bertanggung jawab.” Allah berfirman dalam surat *An-Nissa* ayat 58:

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تُؤَدُّوا الْأَمَانَاتِ إِلَىٰ أَهْلِهَا وَإِذَا حَكَمْتُمْ بَيْنَ النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۚ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ سَمِيعًا بَصِيرًا ۝ ﴾

Artinya: Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha melihat.¹⁸

Ayat di atas mengandung arti *Anturidu Almiiftahun* yang artinya Allah menginginkanmu sebagai kunci, dan juga diartikan sebagai amanat, yaitu jika seseorang diberikan suatu pekerjaan maka ia akan melaksanakannya sesuai dengan yang diamatkan kepadanya. Sesungguhnya Allah yang Maha Agung, yang wajib

¹⁸*Ibid.*, hlm. 87.

wujud-Nya serta menyanggah segala sifat terpuji lagi suci dari segala sifat tercela, menyuruh kamu menunaikan amanat-amanat secara sempurna dan tepat waktu kepada pemiliknya, yakni yang berhak menerimanya, baik amanah Allah kepada kamu maupun amanah manusia, betapapun banyaknya yang diserahkan kepada kamu, dan Allah juga menyuruh kamu apabila kamu menetapkan hukum diantara manusia, baik yang berselisih dengan manusia lain maupun tanpa perselisihan, maka kamu harus menetapkan keputusan dengan adil sesuai dengan apa yang diajarkan Allah Swt, tidak memihak kecuali kepada kebenaran dan tidak pula menjatuhkan sanksi kecuali kepada yang melanggar, tidak menganiaya walau lawanmu dan tidak pula memihak kepada temanmu.¹⁹

e. Konsep Dasar Spritual *Marketing*

Perkembangan ekonomi syariah sendiri mampu mengembalikan nilai-nilai Islam ditengah-tengah kehidupan perekonomian masyarakat. Dalam dunia bisnis adalah muncul kesadaran akan pentingnya etika, kejujuran dan prinsip-prinsip Islam lainnya. Rasulullah Saw, sendiri telah memberikan contoh kepada manusia tentang cara-cara berbisnis yang berpegang teguh pada kebenaran, kejujuran, sikap amanah, serta memperoleh keuntungan. Nilai-nilai inilah yang menjadi landasan hukum dalam menjalankan

¹⁹ Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Qur'an Volume 2*, (Jakarta: Lentera Hati, 2002), hlm. 457.

bisnis. Rasulullah adalah *proto type* sukses dalam melakukan spritualisasi *marketing*. Oleh karena itu, mencontoh cara Rasulullah Saw, dengan mengutamakan nilai-nilai spiritual adalah tindakan yang sangat terpuji yang direkomendasikan oleh banyak ayat Allah dalam al-Qur'an. Sungguh agama Islam tidak melarang kepemilikan materi atau harta yang banyak bahkan di anjurkan.²⁰

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang berhubungan dengan pengaruh pelayanan bagian *marketing* terhadap loyalitas nasabah pembiayaan telah banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya dengan objek dan pendekatan yang berbeda-beda diantaranya.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Hasil
1.	Robby Tri Suwito (2012)	Pengaruh Kualitas Pelayanan <i>Marketing</i> Terhadap Loyalitas Nasabah di Koperasi jasa Keuangan Syariah Baituttamwil Tamzis Kabupaten Wonosobo (Skripsi, Fakultas Perbankan Syariah, IAIN Walisongo Semarang)	Faktor jaminan (<i>assurance</i>) dan kemampuan fisik (<i>tangibles</i>) adalah faktor dimensi kualitas pelayanan yang berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah BMT Tamzis Wonosobo.
2.	Didik Isnadi (2005)	Analisis Pengaruh <i>Customer Relationship Marketing</i> Terhadap Nilai Nasabah dan Keunggulan Produk Dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Nasabah (Studi Kasus: Pada PT. Bank BRI	Dalam konteks PT. Bank BRI Kantor Cabang Pekalongan, kepuasan nasabah dibentuk oleh empat indikator yaitu, kepercayaan nasabah, kedekatan nasabah, kepuasan terhadap jaminan layanan, dan

²⁰Herry Susanto & Khaerul Umam, *Op. Cit.*, hlm. 317-318.

		Kantor Cabang Pekalongan) (Skripsi, Fakultas Manajemen, Universitas Diponegoro Semarang).	kepuasan terhadap kualitas layanan keseluruhan, memberikan pengaruh yang kuat terhadap loyalitas nasabah dimana semakin tinggi pula loyalitas nasabah.
3.	Luthfi Tian Wibrianto (2008)	Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada BPRS Risalah Umat) (Skripsi, Fakultas Syariah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).	Hubungan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah adalah tidak signifikan. Oleh karena itu dengan tidak signifikannya hubungan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah, maka pihak BPRS Risalah Ummat harus mampu meningkatkan kualitas pelayanannya kepada pihak nasabah agar nasabah menjadi loyal dan BPRS Risalah Ummat dapat bersaing dengan pihak lain.
4.	Ifa Khairul Janah (2011)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada BMT "Amanah" Weleri (Skripsi, Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang).	Kualitas pelayanan memberikan pengaruh terhadap loyalitas nasabah sebesar 73,7% sisanya 26,3% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti. Kualitas pelayanan dapat berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah BMT Amanah Weleri.
5.	Prayitno (2015)	Pengaruh Kinerja Bauran Pemasaran Terhadap Loyalitas Nasabah Lembaga Keuangan Syariah Pada BMT Tumang Cabang Salatiga (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Salatiga).	Bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, lokasi, dan promosi secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah sedangkan pengujian statistic dengan metode uji t, dinyatakan bahwa variabel produk, harga, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah sedangkan variabel lokasi tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Berdasarkan penelitian terdahulu di atas, perbedaan penelitian ini dengan beberapa peneliti terdahulu di atas, antara lain:

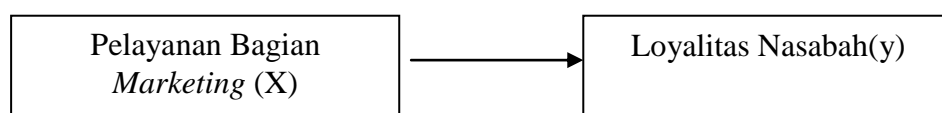
- a. Robby Tri Suwito (2012), perbedaannya terletak pada lokasi penelitian, dimana pada penelitian Robby Tri Suwito lokasi penelitiannya di Koperasi Jasa Keuangan Syariah Baituttamwil Tamzis Kabupaten Wonosobo, sedangkan peneliti berada di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, Kantor Cabang Pembantu Sibuhuan. Dalam pengelolaan data penelitian Robby Tri Suwito tidak menggunakan program SPSS versi 22.00, sedangkan peneliti menggunakan program SPSS versi 22.00 .
- b. Didik Isnadi (2005), perbedaannya terletak pada variabelnya, penelitian Didik Isnadi mempunyai variabel terikat adalah Nilai Nasabah dan Keunggulan Produk Dalam Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Nasabah . Sedangkan peneliti menggunakan variabel terikat Loyalitas Nasabah.
- c. Luthfi Tian Wibrianto (2008), perbedaannya terletak pada lokasi penelitian, dimana pada penelitian Luthfi Tian Wibrianto di BMT “Amanah” Weleri . sedangkan peneliti berada di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, Kantor Cabang Pembantu Sibuhuan.
- d. Ifa Khairul Janah (2011) perbedaannya terletak pada lokasi penelitian, dimana pada penelitian Ifa Khairul Janah di BMT “Amanah” Weleri. sedangkan peneliti berada di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, Kantor Cabang Pembantu Sibuhuan.

- e. Prayitno (2015), perbedaannya terletak pada variabelnya, penelitian Prayitno mempunyai variabel bebas adalah Kinerja Bauran Pemasaran. Sedangkan peneliti menggunakan variabel bebas adalah pelayanan bagian *marketing*.

C. Kerangka Pikir

Berdasarkan dari judul pengaruh pelayanan bagian *marketing* terhadap loyalitas nasabah pembiayaan di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, KCP Sibuhuan. Pelayanan bagian *marketing* memiliki hubungan yang erat terhadap loyalitas nasabah pembiayaan. Banyak literatur manajemen pemasaran yang menjelaskan bahwa loyalitas nasabah tercipta apabila nasabah merasa puas terhadap pelayanan yang diterimanya. Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan untuk menjamin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Kepuasan nasabah dapat menciptakan kesetiaan nasabah kepada perusahaan yang memberikan kualitas yang memuaskan.²¹ Maka akan diperoleh kerangka berfikir sebagai berikut:

Gambar 2.1
Kerangka Pikir



Keterangan:

X = Pelayanan Bagian *Marketing* di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, KCP Sibuhuan

²¹ M.N Nasution, *Op. Cit.*, hlm. 45.

Y = Loyalitas nasabah di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, KCP
Sibuhuan

D. Hipotesis

Menurut Nanang Martono dalam bukunya Metode Penelitian Kuantitatif, “hipotesis dapat didefinisikan sebagai jawaban sementara yang kebenarannya masih harus diuji, atau rangkuman kesimpulan teoritis yang diperoleh dari tinjauan pustaka”.²²

Berdasarkan landasan teori dan kerangka pikir yang diuraikan di atas, dapat ditarik sebuah hipotesis yaitu:

H₀ = Tidak terdapat pengaruh pelayanan bagian *marketing* terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, KCP Sibuhuan.

H_a = Terdapat pengaruh pelayanan bagian *marketing* terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, KCP Sibuhuan.

²² Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), hlm. 63.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, Kantor Cabang Pembantu Sibuhuan berlokasi di Jln. Sudirman No. 31 Lingkungan Pasar Sibuhuan, Kecamatan Barumun Kabupaten Padang Lawas Provinsi Sumatera Utara. Sedangkan waktu penelitian mulai dari Maret 2016 sampai dengan selesai.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan analisis data yang berbentuk numerik atau angka.¹ Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu tipe penelitian deskriptif yang dimaksudkan untuk memberikan gambaran secara jelas mengenai masalah-masalah yang diteliti, menginterpretasikan serta menjelaskan data secara sistematis. Dasar penelitian ini adalah survey, yaitu pembagian kuesioner kepada responden yang berisi pernyataan-pernyataan mengenai hal yang berhubungan dengan penelitian.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Maman abdurrahman dan Sambas Ali Muhidin “Populasi (*population* atau *universe*) adalah keseluruhan elemen, atau unit

¹Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), hlm. 109.

penelitian, atau unit analisis yang memiliki ciri atau karakteristik tertentu yang dijadikan sebagai objek penelitian atau menjadi perhatian dalam suatu penelitian (pengalaman)”² Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah pembiayaan PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Kantor Cabang Pembantu Sibuhuan sebanyak 564 orang. seperti yang terlihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 3.1
Jumlah Nasabah Pembiayaan

No	Periode	Jumlah Nasabah
1	Desember 2013	160 Orang
2	Desember 2014	165 Orang
3	Desember 2015	239 Orang
Jumlah		564 Orang

Berdasarkan data yang diperoleh dari pihak PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Pembantu Sibuhuan jumlah nasabah yang di *take over* (pindah) ke bank lain adalah seperti pada tabel berikut:

Tabel 3.2
Jumlah Nasabah yang di *Take Over* Bank Lain

Tahun	Jumlah Nasabah Yang di <i>Take Over</i> Bank Lain
2014	16 Orang
2015	20 Orang

Sumber: PT. BMI, Tbk KCP Sibuhuan

²Maman Abdurrahman & Sambas Ali Muhidin, *Panduan Praktisi Memahami Penelitian* (Bandung: Pustaka Setia, 2011), hlm. 119.

Dalam proses berhubungan dengan pihak Bank, dalam rangka kegiatan pinjam meminjam, pada umumnya nasabah merasa jenuh atau lelah berhubungan dengan pihak bank, bisa jadi karena pelayanan bank yang bersangkutan sudah tidak lagi prima, bisa jadi karena *Marketing* yang biasa kita kenal sudah pindah ke bank lainnya, dan masih banyak lagi penyebab lainnya.

Jika berganti bank disaat fasilitas pinjaman sudah lunas, itu suatu hal yang lumrah dan cukup umum, karena jika suatu fasilitas telah selesai, disaat itulah hubungan nasabah dengan Bank tersebut berakhir, terkecuali kita memiliki fasilitas Tabungan, Deposito atau produk lainnya, sehingga hubungan dengan Bank tersebut masih berjalan. *Take Over* adalah kegiatan memindahkan suatu fasilitas pinjaman yang disertai Agunan (Pinjaman) ke bank lain, yang disertai pelunasan fasilitas di bank asalnya.

2. Sampel

Biasanya suatu penelitian tidak akan mengangkat seluruh populasi sebagai objek penelitiannya karena luas dan besarnya populasi tersebut. Oleh karena itu, sampel didefinisikan sebagai bagian dari objek yang dapat mewakili populasi. Menurut Sugiyono “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”.³ Menurut Ahmad Nizar pengertian sampel adalah “sebagian dari objek yang akan diteliti yang dipilih sedemikian rupa sehingga mewakili keseluruhan

³Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 116.

objek (populasi) yang ingin diteliti”.⁴ Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Dinamakan penelitian sampel apabila bermaksud untuk menggeneralisasikan hasil penelitian sampel.⁵ Untuk memperoleh sampel peneliti menggunakan rumus sesuai pendekatan statistik menurut *Slovin*, yaitu:

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

Keterangan:

n = Besaran sampel

N = Besaran populasi

e = Nilai kuitis (batas ketelitian) yang diinginkan (persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan penarikan sampel).⁶

Maka perhitungannya adalah:

$$n = \frac{564}{1 + 564(0,1)^2}$$

$$n = 84,9$$

$$n = 85 \text{ sampel responden}$$

Dalam pengambilan sampel dilakukan dengan *simple random sampling*, dikatakan *simple* (sederhana) karena pengambilan anggota dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang

⁴Ahmad Nizar, *Metodologi Penelitian* (Bandung: Citapustaka Media, 2016), hlm. 46.

⁵Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hlm. 174.

⁶Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2008), hlm. 137-138.

ada dalam populasi. Ditentukan dengan tujuan mendapatkan sampel yang sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. *Simple random sampling* merupakan metode *probability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel.

D. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen merupakan alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan data agar kegiatan tersebut menjadi sistematis dan dipermudah olehnya, atau alat bantu bagi peneliti di dalam menggunakan metode pengumpulan data.⁷ Instrumen sebagai pegangan para petugas lapangan merupakan pedoman satu-satunya yang sengaja disiapkan dalam bentuk yang dikehendaki untuk dipakai secara serempak dalam waktu yang ditentukan.⁸ Adapun instrumen pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini ada 2, yaitu wawancara dan kuesioner.

1. Wawancara

Teknik wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengadakan tanya jawab, baik secara langsung maupun tidak langsung secara bertatap muka (*personal face to face interview*) dengan sumber data (responden).⁹ Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan melakukan tanya jawab secara langsung

⁷ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 101.

⁸ Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2000), hlm. 135.

⁹ Maman Abdurrahman dan Sambas Ali Muhidim, *Op. Cit.*, hlm. 89.

dengan pihak PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, Kantor Cabang Pembantu Sibuhuan yaitu kepada *Back Office*, *Customer Service* dan *Relationship Manager*. Metode wawancara ini bertujuan untuk memperoleh informasi mengenai profil dan gambaran umum perusahaan.

2. Kuesioner

Menurut Sugiyono dalam bukunya *Metodologi Penelitian Bisnis*, “kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab”.¹⁰ Kuesioner tertulis dapat di distribusikan melalui berbagai cara, dan lembaran kuesioner disampaikan secara langsung oleh peneliti.¹¹ Dalam penelitian ini digunakan teknik pengumpulan data dengan kuesioner kepada nasabah yang ada di PT. Bank Sumut Cabang Indonesia Tbk, Kantor Cabang Pembantu Sibuhuan sebagai responden yang akan menjawab semua item pertanyaan.

Pengukuran kuisisioner dengan menggunakan skala likert, dimana variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Metode ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau kelompok tentang fenomena sosial. Instrumen pertanyaan akan menghasilkan total skor bagi tiap-tiap anggota sampel yang mewakili oleh setiap nilai skor. Berikut tabel skala likert yang akan digunakan untuk mengukur sikap atau persepsi seseorang melalui angket.¹²

¹⁰ Sugiyono, *Op. Cit.*, hlm. 116.

¹¹ Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2008), hlm.23.

¹² Moh. Nasir, *Metode Penelitian* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), hlm. 338.

Tabel 3.3
Skala Likert

Kategori	Bobot
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-Ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Dengan menyusun angket, agar tidak keluar dari pembahasan yang diteliti, maka peneliti menyusun kisi-kisi angket sebagai berikut:

Tabel 3.4
Kisi-Kisi Angket Pelayanan Bagian *Marketing*

No.	Variabel	Indikator	Nomor soal
1.	Pelayanan Bagian <i>Marketing</i> (X)	1. <i>Tangible</i>	1, 2
		2. <i>Realibility</i>	3, 4
		3. <i>Responsiveness</i>	5, 6
		4. <i>Assurance</i>	7, 8
		5. <i>Empathy</i>	9, 10, 11
Jumlah			11

Tabel 3.5
Kisi-kisi Angket Loyalitas Nasabah

No.	Variabel	Indikator	Nomor soal
2	Loyalitas Nasabah (Y)	1. <i>Repeat</i>	1, 2, 3
		2. <i>Retention</i>	4, 5, 6
		3. <i>Referral</i>	7, 8,9
Jumlah			11

E. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Validitas suatu instrumen penelitian adalah derajat yang menunjukkan dimana suatu tes mengukur apa yang hendak diukur.¹³ Dikatakan valid apabila instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam penelitian ini uji validitas dilakukan dengan bentuk aplikasi *Software SPSS versi 22.00* untuk memperoleh hasil yang terarah, dengan taraf signifikansi 0,05 berdasarkan kriteria sebagai berikut:

- a) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka instrumen atau item-item pernyataan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- b) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka instrumen atau item-item pernyataan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

2. Uji Reliabilitas

Syarat lainnya yang juga penting bagi seorang peneliti adalah reliabilitas. Suatu instrumen penelitian dikatakan mempunyai nilai reliabilitas yang tinggi, apabila tes yang dibuat mempunyai hasil yang konsisten dalam mengukur yang hendak diukur. Menurut Juliansyah Noor “reliabilitas atau keterandalan adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan.”¹⁴ Uji reliabilitas dilakukan dengan bantuan aplikasi *Software SPSS versi 22.00* untuk memperoleh hasil yang terarah. Uji signifikansi dilakukan dengan

¹³Sukardi, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Bumi Aksara, 2004), hlm. 122.

¹⁴*Ibid.*, hlm. 132.

taraf signifikansi 0,05. Artinya konsumen dapat dikatakan reliabel bila nilai alpha lebih besar dari r kritis *products momen* atau kita menggunakan batasan tertentu seperti 0,6.

F. Analisis Data

Data yang telah dikumpulkan agar dapat dimanfaatkan dengan baik, maka data tersebut harus diolah dan dianalisis terlebih dahulu sehingga dapat dijadikan dasar guna mengetahui minat nasabah. Adapun teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji ini biasanya digunakan untuk mengukur data secara ordinal, interval maupun rasio. Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan rumus *Kolmogorov-Smirnov*, dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 5% atau 0,05.¹⁵

2. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam menganalisis korelasi atau regresi linear. Pengujian SPSS dengan menggunakan *Test for linearity* pada taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai

¹⁵Dwi Priyanto, *SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2014), hlm. 69.

hubungan yang linear bila signifikansi (*linearity*) kurang dari 0,05.¹⁶

Dalam penelitian ini analisis data dilakukan dengan bantuan *Software SPSS versi 22.00*.

3. Analisis Deskriptif

Penelitian deskriptif adalah metode statistik yang berusaha menjelaskan atau menggambarkan berbagai karakteristik data.¹⁷ Seperti beberapa rata-ratanya, seberapa jauh data-data bervariasi, dan beberapa standar deviasinya, nilai maksimum dan minimum data.

4. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi sederhana merupakan suatu teknik yang digunakan untuk membangun suatu persamaan yang menghubungkan antara variabel terikat (Y) dengan variabel bebas (X) dan sekaligus untuk menentukan nilai ramalan atau dugaan.¹⁸

Adapun bentuk persamaan regresi sederhana yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:¹⁹

$$Y = a + bX + e$$

Dari persamaan regresi linear di atas, peneliti menurunkan persamaan regresi yaitu:

$$LN = a + bPM + e$$

¹⁶*Ibid.*, hlm. 79.

¹⁷ Muhammad, *metodologi Penelitian Ekonomi Islam* (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), hlm. 200.

¹⁸ Agus Irianto, *Statistik: Konsep Dasar, Aplikasi dan Pengembangannya* (Jakarta: kencana, 2008), hlm. 158.

¹⁹ Soegyarto Mangkuatmodjo, *Statistik Lanjutan* (Jakarta: Rineka Cipta, 2004), hlm. 258.

Keterangan:

- LN = Loyalitas Nasabah.
 a = Konstanta
 b = Angka arah atau koefisiensi yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada perubahan variabel independen. Bila (+) arah garis naik, dan bila (-) maka arah garis turun.
 PM = Pelayanan Bagian *Marketing*.
 e = Error

5. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Menurut Andi Supangat, “Koefisien determinasi adalah merupakan ukuran (besaran) untuk menyatakan tingkat kekuatan hubungan dalam bentuk persen”. Besaran ini dinyatakan dengan notasi R. Jika koefisiensi determinasi (R^2) semakin besar (mendekati satu) maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel independen besar terhadap variabel dependen. Ini berarti instrumen yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan pengaruh variabel independen yang diteliti terhadap variabel dependen.²⁰

6. Uji Hipotesis (Uji t)

Uji Hipotesis adalah salah satu cara dalam statistika yang menguji parameter populasi berdasarkan statistik sampelnya, untuk dapat diterima atau ditolak pada tingkat signifikansi tertentu. Pada prinsipnya pengujian hipotesis ini adalah membuat kesimpulan sementara untuk melakukan penyanggahan atau pembenaran dari permasalahan yang telah di telaah.²¹

²⁰Andi Supangat, *Statistika: Dalam Kajian Deskriptif, Inferensi dan Nonparametrik* (Jakarta: Kencana, 2008), hlm. 341.

²¹*Ibid.*, hlm. 293.

Untuk menentukan kriteria signifikan atau tidaknya hubungan antara kedua variabel tersebut maka perlu dirumuskan hipotesis penelitian terlebih dahulu yaitu:

H_0 = Tidak ada pengaruh yang positif dan signifikan pelayanan bagian *marketing* terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCP Sibuhuan.

H_a = Ada pengaruh yang positif dan signifikan pelayanan bagian *marketing* terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCP Sibuhuan.

Adapun kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis dilakukan dengan cara membandingkan hasil perhitungan uji-t (t_{hitung}) dengan keputusan yang dapat diambil adalah:²²

- a) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima atau variabel independen tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.
- b) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak atau variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen

Atau membandingkan nilai signifikan dengan nilai probabilitas 0,05 yaitu:

- a) Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak
- b) Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima

²² Dwi Priyanto, *Op. Cit.*, hlm. 145.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Kantor Cabang Pembantu Sibuhuan

1. Sejarah Singkat PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Kantor Cabang Pembantu Sibuhuan

PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, didirikan pada 24 *Rabius Tsani* 1412 H (01 Nopember 1991), Pendirian bank yang diprakarsai oleh beberapa tokoh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan beberapa cendekiawan Muslim yang tergabung dalam Ikatan Cendekiawan Muslim se-Indonesia (ICMI) serta Pemerintah ini mendapat dukungan dari tokoh-tokoh dan pemimpin Muslim terkemuka, beberapa pengusaha Muslim, serta masyarakat. Bentuk dukungan dari masyarakat yaitu berupa komitmen pembelian saham senilai Rp. 84 miliar pada saat penandatanganan Akta Pendirian Perseroan. Selanjutnya, dalam acara silaturahmi pendirian di Istana Bogor, diperoleh tambahan modal dari masyarakat Jawa Barat sebesar Rp 22 milyar sehingga menjadi Rp. 106 milyar sebagai wujud dukungannya serta mendapat dukungan langsung dari Presiden dan mulai beroperasi pada 27 Syawal 1412 H (1 Mei 1992). Setelah dua tahun beroperasi, Bank Muamalat berhasil menyanggah predikat sebagai Bank Devisa pada 27 Oktober 1994. Pengakuan ini

semakin memperkuat posisinya sebagai bank syariah pertama di Indonesia dengan beragam jasa dan produk yang terus dikembangkan.¹

Pada tahun 2008 merupakan tahun yang sangat berat sekali untuk dunia perbankan, Krisis *finansial* menghantam Indonesia dan berdampak luas terhadap bisnis, termasuk sektor perbankan. Dikarenakan kondisi bisnis yang tidak kondusif, sejumlah bank di Indonesia *collapse*, Dengan memakai sistem syariah menjadikan Bank Muamalat 41 terjaga dari *negative spread* pada saat terjadi krisis moneter pada tahun 1997-1998, sehingga membuat Bank Muamalat tetap bertahan dalam kategori A dan dalam hal ini bank muamalat tidak membutuhkan pengawasan BPPN (Badan Penyehatan Perbankan Nasional) maupun rekapitalisasi modal dari pemerintah. Namun, Bank Muamalat tetap berupaya mencari pemodal potensial guna memperkuat permodalannya dengan menyelenggarakan *Right Issue* I pada tahun 1999 dan dalam kegiatan ini berhasil mendapatkan pemegang saham baru yaitu *Islamic Development Bank* (IDB).

Dengan usaha yang Ekstra keras dan disiplin Bank Muamalat telah berhasil membalikkan kerugian *finansial* pasca krisis tahun 1998 menjadi keuntungan yang signifikan bagi Bank. Pasca krisis tahun 1998, Bank Muamalat mulai bangkit dari keterpurukan dan mengawalinya dengan pengangkatan direksi baru dari internal. Kemudian menggelar rencana

¹Bank Muamalat, *The Great Leap Forward, Laporan Tahunan Annual Report*, (PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, Gedung Arthaloka, Jln Jenderal Sudirman No. 2, Jakarta 10220), hlm. 127.

kerja lima tahun untuk mengembalikan Bank Muamalat ke kondisi keuangan dan pertumbuhan yang berkesinambungan.

Hasil kinerja Bank Muamalat dari tahun 1998 hingga 2008 tersebut dibuktikan dengan meningkatnya total aktiva Bank Muamalat sebesar 25,3 kali lipat menjadi Rp. 12,60 triliun, jumlah ekuitas tumbuh sebesar 23,6 kali lipat menjadi Rp. 966 milyar, dan perkembangan jumlah nasabah hingga menjadi 2,9 juta nasabah. Bank Muamalat menutup tahun krisis *finansial* global 2008 dengan peningkatan laba bersih 43% menjadi Rp. 207 miliar, di kala laba sektor perbankan konvensional nasional secara agregat menurun sebesar 13%, dan laba agregat perbankan syariah pun turun 20%.

Pada tahun 2009, PT. Bank Syariah Muamalat Indonesia Tbk, berubah nama menjadi PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, sesuai dengan akta No. 104 tanggal 12 Nopember 2008 dari notaris Arry Supratno, S.H., notaris di Jakarta. Akta pernyataan tersebut disetujui oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia dengan surat keputusan No. AHU-98507. AH. 01. 02. TH. 08 tanggal 22 Desember 2008 dan dicatat dalam tata usaha pengawasan Bank Indonesia sejak 4 September 2009.

Pada tahun yang sama, Bank Muamalat pertama kalinya membuka cabang internasional di Kuala Lumpur Malaysia dan melaksanakan pergantian manajemen pada bulan Juli 2009. Berdasarkan laporan keuangan (*audited*), pada akhir 2009 total aset Bank Muamalat mencapai

Rp. 16.027,18 miliar atau tumbuh 27,09% yang sebagian besarnya berasal dari Dana Pihak Ketiga (DPK) yaitu sebesar Rp. 13.316,90 miliar. Dari Dana Pihak Ketiga yang terkumpul tersebut sebesar Rp 11.428,01 miliar disalurkan pada aktivitas Pembiayaan serta investasi syariah lainnya.

PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, KCP Sibuhuan berdiri pada tanggal 22 Desember tahun 2010 dengan nama PT. Bank Muamalat Indonesia Kantor kas yang dibuka oleh Muhammad Amin Lubis dan berubah nama menjadi PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, KCP Sibuhuan yang dipimpin oleh Dzul Fadhlih Dalimunthe. PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, Kantor Cabang Pembantu Sibuhuan berlokasi di Jln. Sudirman No. 31 Lingkungan Pasar Sibuhuan, Kecamatan Barumun Kabupaten Padang Lawas, Provinsi Sumatera Utara.

2. Visi dan Misi

a. Visi PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk

Menjadi bank syariah utama di Indonesia, dominan di pasar spiritual, dikagumi di pasar rasional.

b. Misi PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk

Menjadi *Role Model* Lembaga Keuangan Syariah dunia dengan penekanan pada semangat kewirausahaan, keunggulan manajemen

dan orientasi investasi yang inovatif untuk memaksimalkan nilai bagi *stakeholder*.²

3. Ruang Lingkup Bidang Usaha

PT. Bank Muamalat Tbk, Kantor Cabang Pembantu Sibuhuan adalah perusahaan yang bergerak di bidang penyaluran, pembiayaan dan penghimpunan dana. Unit usaha PT. Bank Muamalat Tbk, Kantor Cabang Pembantu Sibuhuan memperoleh Nasabah dari Padang Lawas dan sekitarnya.

4. Daerah Pemasaran

PT. Bank Muamalat Tbk, Kantor Cabang Pembantu Sibuhuan melakukan pemasaran di daerah padang lawas dan sekitarnya. Karyawan PT. Bank Muamalat Tbk, Kantor Cabang Pembantu Sibuhuan bagian *marketing* mencari nasabah dan nasabah juga bisa langsung datang ke PT. Bank Muamalat Tbk, Kantor Cabang Pembantu Sibuhuan untuk melakukan transaksi lainnya.

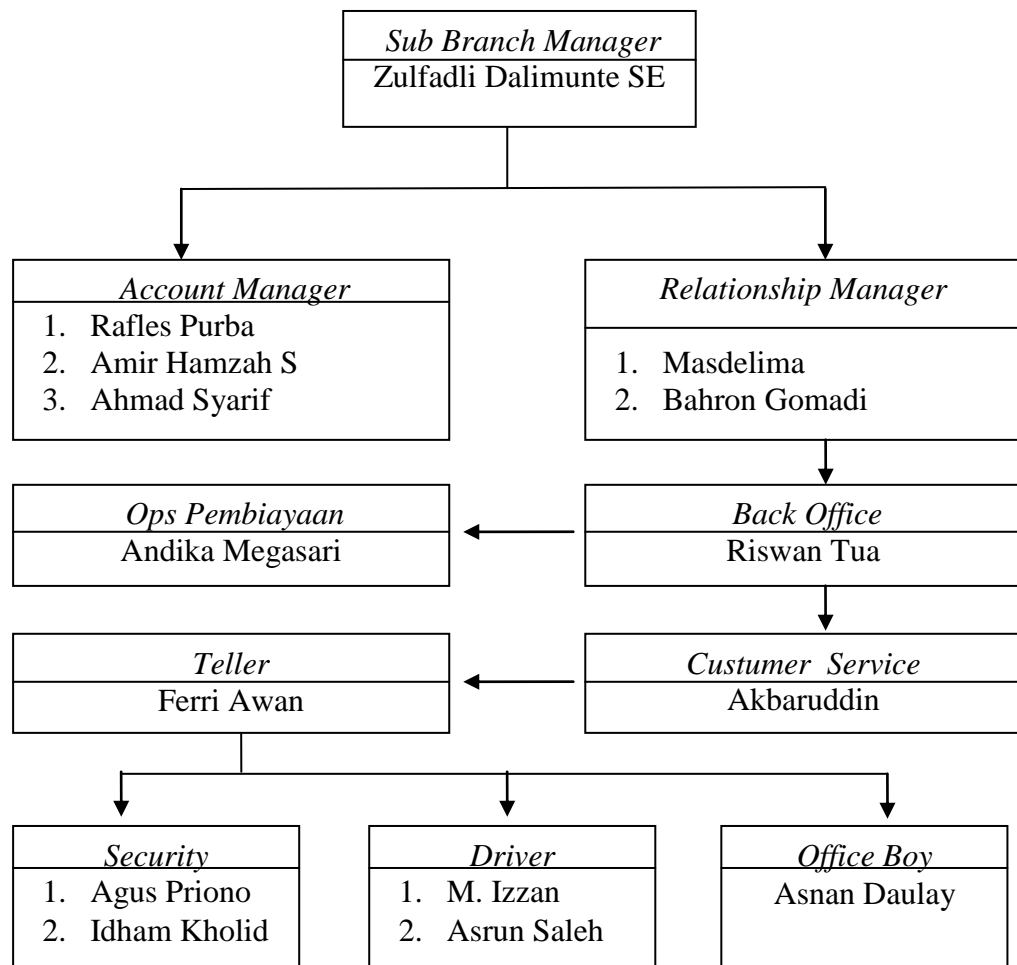
5. Struktur Organisasi PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Kantor Cabang Pembantu Sibuhuan

Struktur organisasi merupakan gambaran suatu perusahaan secara sederhana, memperlihatkan gambaran tentang satuan-satuan kerja dalam suatu organisasi, dan menjelaskan hubungan-hubungan yang ada untuk membantu pimpinan atau ketua umum dalam mengidentifikasi, mengkoordinir tingkatan-tingkatan dan seluruh fungsi yang ada dalam

²Bank Muamalat, *Managing The Challenge Of Growth Laporan Tahunan Annual Report* (PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk, Gedung Arthaloka, Jln Jenderal Sudirman No. 2 : Jakarta), hlm.133.

suatu organisasi. Adapun struktur organisasi PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, Kantor Cabang Pembantu Sibuhuan adalah sebagai berikut:

Gambar 4.1
Struktur Organisasi PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk KCP Sibuhuan



Sumber: PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, KCP Sibuhuan

B. Analisis Implementasi Take Over Pada Pembiayaan PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, Kantor Cabang Pembantu Sibuhuan

Salah satu bentuk jasa keuangan bank syariah adalah membantu masyarakat untuk mengalihkan transaksi non syariah yang telah berjalan menjadi transaksi yang sesuai dengan syariah. Dalam hal ini atas permintaan nasabah, bank syariah melakukan pengambil alihan hutang nasabah di bank konvensional dengan cara memberikan jasa hiwalah atau dapat juga menggunakan qard disesuaikan dengan ada atau tidaknya unsur bunga dalam hutang nasabah kepada bank konvensional. Setelah nasabah melunasi kewajibannya kepada bank konvensional, transaksi yang terjadi adalah transaksi antara nasabah dengan bank syariah.³

Dalam perbankan syariah tidak menganut sistem bunga, namun lebih mengedepankan rasa tolong menolong, salah satunya yaitu melalui fasilitas *take over* (pengalihan hutang) yang ada di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, Kantor Cabang Pembantu Sibuhuan. *Take over* yang ada di sini yaitu pengalihan hutang dari bank konvensional pada Bank Muamalat Indonesia, yang mana nasabah mempunyai hutang di bank konvensional kemudian mengalihkannya pada Bank Muamalat Indonesia yaitu dengan cara pihak Bank Muamalat Indonesia memberikan qard kepada nasabah dan dengan qard tersebut nasabah dapat melunasi hutangnya di bank konvensional.

Prinsip yang digunakan oleh PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, Kantor Cabang Pembantu Sibuhuan dalam menganalisa pembiayaan melalui

³ Adiwarmanto Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqh dan Keuangan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), hlm. 248.

mekanisme *take over* dengan mempertimbangkan analisa 5C, yaitu analisa dari segi *character* (karakter), *capacity* (kapasitas), *capital* (modal), *collateral* (jaminan), dan *condition of economics* (kondisi ekonomi) dari calon nasabah *take over*. Melalui penerapan analisa tersebut pihak PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, Kantor Cabang Pembantu Sibuhuan dapat menilai layak atau tidaknya calon nasabah dalam memperoleh pembiayaan.⁴

C. Analisis Deskriptif

Di dalam penelitian ini dikumpulkan data primer untuk mengetahui sejauh mana pengaruh pelayanan bagian *marketing* terhadap loyalitas nasabah pembiayaan PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, Kantor Cabang Pembantu Sibuhuan. Melalui penyebaran kuesioner kepada 85 responden yang menjadi sampel penelitian. Pada analisis deskriptif ini, data responden dijelaskan melalui data tunggal. Data responden dalam penelitian ini sangat dibutuhkan untuk mengetahui latar belakang responden yang dapat dijadikan masukan untuk menjelaskan hasil yang diperoleh dari penelitian. Adapun proses penelitian dan penyebaran kuesioner yang dilakukan peneliti dari tanggal 19 desember sampai 28 desember 2016. Untuk menjelaskan identitas responden maka peneliti membuat analisis responden sebagai berikut:

⁴ Wawancara dengan Bapak Akbaruddin Harahap Sebagai *Customer Service* di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, Kantor Cabang Pembantu Sibuhuan Pada Hari Kamis, 22 Desember 2016, Pukul 11.00 Wib.

1. Jenis Kelamin

Jenis kelamin responden penelitian adalah sebagai berikut:

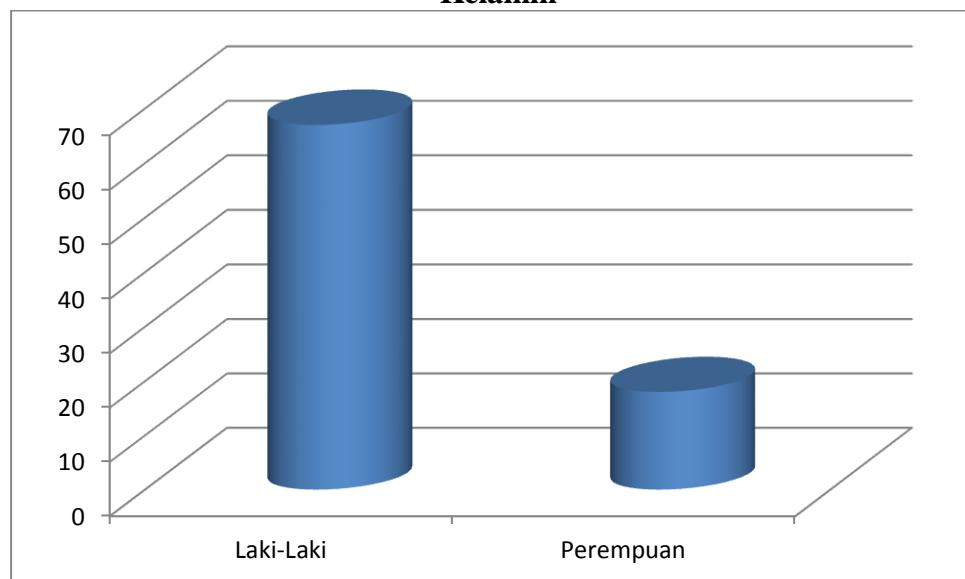
Tabel 4.1
Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Laki-Laki	67	78,82%
2	Perempuan	18	21,18%
Total		85	100%

Sumber, Hasil Penelitian (Angket) 2017 (Data Diolah)

Dari tabel 4.1 di atas menunjukkan banyaknya responden berdasarkan jenis kelamin dari hasil penelitian, mayoritas responden sebanyak 67 orang atau 78,82% adalah responden laki-laki dan sisanya adalah responden perempuan yaitu sebanyak 18 orang atau sebesar 21,18%. Jika digambarkan dalam bentuk grafik adalah sebagai berikut:

Gambar 4.2
Diagram Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



Sumber, Peneliti (Komputerisasi Gambar)

2. Pendidikan Terakhir

Pendidikan terakhir responden penelitian adalah sebagai berikut:

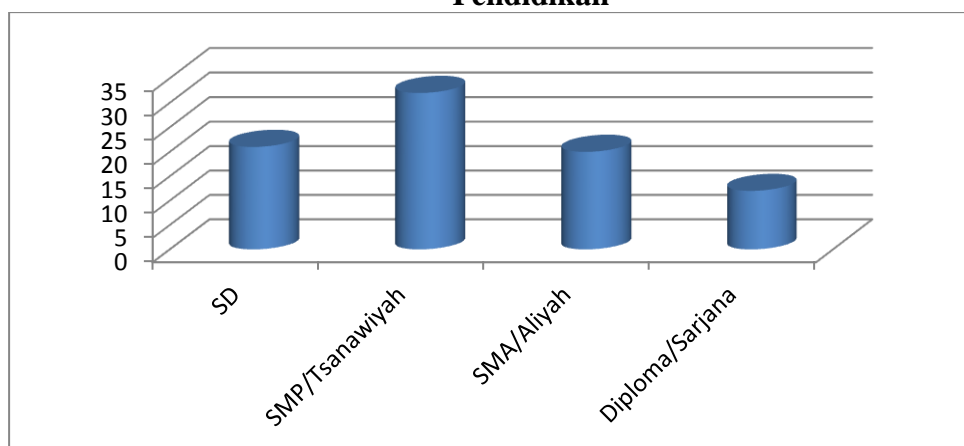
Tabel 4.2
Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase
1	SD	21	24,70%
2	SMP/Tsanawiyah	32	37,65%
3	SMA/Aliyah	20	23,53%
4	Diploma/Sarjana	12	14,12%
Total		85	100%

Sumber, Hasil Penelitian (Angket) 2017 (Data Diolah)

Tabel 4.2 di atas menunjukkan banyaknya responden berdasarkan pendidikan terakhir. Mayoritas responden berpendidikan terakhir SMP/Tsanawiyah yang paling banyak yaitu 32 orang atau sebesar 37,65%. Responden yang paling sedikit yaitu pendidikannya Diploma/sarjana adalah sebanyak 12 atau sebesar 14,12%. Jika digambarkan dalam bentuk grafik adalah sebagai berikut:

Gambar 4.3
Diagram Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Pendidikan



Sumber, Peneliti (Komputerisasi Gambar)

3. Profesi atau Pekerjaan

Profesi atau Pekerjaan responden penelitian adalah sebagai berikut:

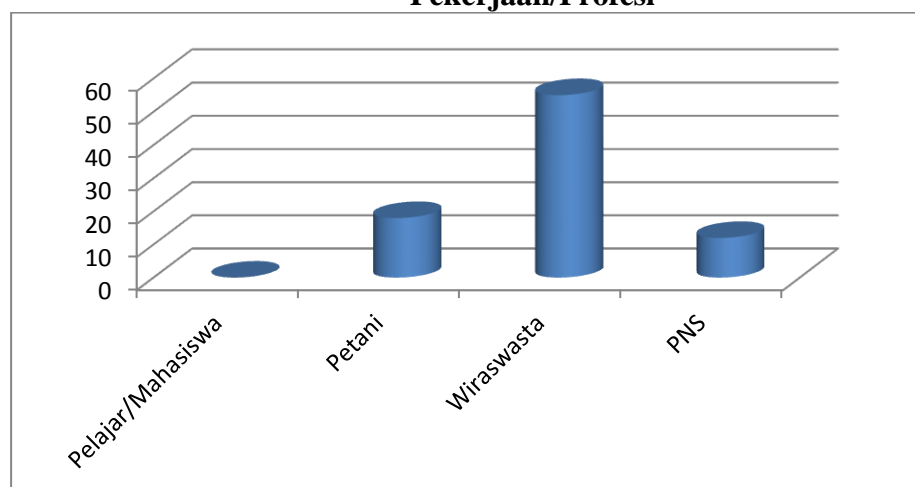
Tabel 4.3
Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Profesi/Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1	Petani	18	21,18%
2	Wiraswasta	55	64,70%
3	PNS	12	14,12%
Total		85	100%

Sumber, Hasil Penelitian (Angket) 2017 (Data Diolah)

Tabel 4.3 menunjukkan banyaknya responden berdasarkan profesi atau pekerjaan. Mayoritas responden yang paling banyak yaitu 55 orang atau sebesar 64,70% adalah responden yang pekerjaannya sebagai wiraswasta. Responden yang bekerja sebagai PNS sebanyak 12 atau sebesar 14,12% adalah yang paling sedikit. Jika digambarkan dalam bentuk grafik adalah sebagai berikut:

Gambar 4.4
Diagram Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Pekerjaan/Profesi



Sumber, Peneliti (Komputerisasi Gambar)

4. Penghasilan

Penghasilan responden penelitian adalah sebagai berikut:

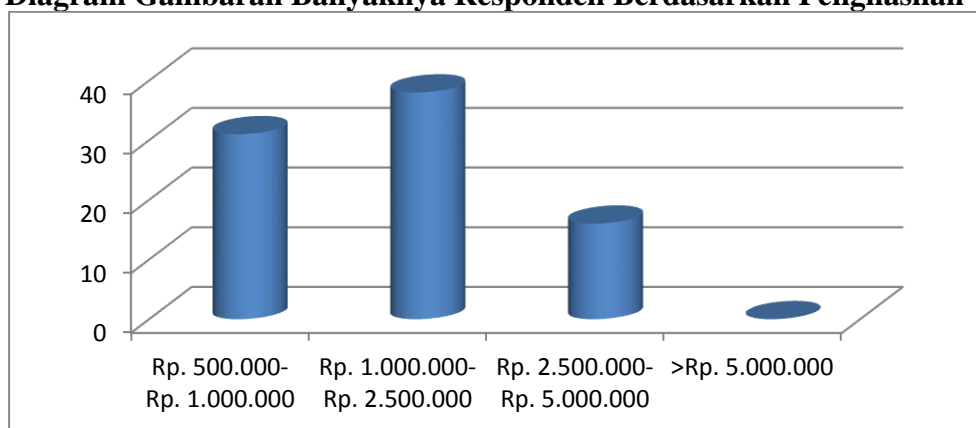
Tabel 4.4
Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Penghasilan

No	Penghasilan	Frekuensi	Persentase
1	Rp. 500.000-Rp. 1.000.000	31	36,47%
2	Rp. 1.000.000-Rp. 2.500.000	38	44,71%
3	Rp. 2.500.000-Rp. 5.000.000	16	18,82%
Total		85	100%

Sumber, Hasil Penelitian (Angket) 2017 (Data Diolah)

Tabel 4.4 menunjukkan banyaknya responden berdasarkan penghasilan dari hasil penelitian. Mayoritas responden mempunyai penghasilan sekitar Rp. 1.000.000 - Rp. 2.500.000 sebanyak 38 orang atau 44,71%. Responden yang penghasilan sekitar Rp. 2.500.000 - Rp. 5.000.000 adalah yang paling sedikit sebanyak 16 orang atau 18,82%. Jika digambarkan dalam bentuk grafik adalah sebagai berikut:

Gambar 4.5
Diagram Gambaran Banyaknya Responden Berdasarkan Penghasilan



Sumber, Peneliti (Komputerisasi Gambar)

D. Hasil Analisis Data Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui kesahihan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur yang diukur, dalam penentuan layak atau tidaknya suatu item pertanyaan biasanya dilakukan dengan uji signifikan koefisien korelasi pada taraf signifikan 0,05. Apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item tersebut dinyatakan valid. Berikut uji validitas pelayanan bagian *marketing* dan loyalitas nasabah.

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Pada Pelayanan Bagian *Marketing* (X)

No	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,234	Instrumen valid jika $> r_{tabel}$ dengan $n = 85$ pada taraf signifikansi 5% sehingga diperoleh $r_{tabel} 0,213$	Valid
2	0,524		Valid
3	0,474		Valid
4	0,269		Valid
5	0,482		Valid
6	0,616		Valid
7	0,388		Valid
8	0,243		Valid
9	0,265		Valid
10	0,504		Valid
11	0,323		Valid

Sumber : Hasil output SPSS versi 22 (data diolah)

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa tidak ada nilai korelasi yang kurang dari 0,213. Sehingga seluruh pernyataan yaitu sebanyak 11 pernyataan tentang pelayanan bagian *marketing* dinyatakan

valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$. Selanjutnya uji validitas item pernyataan tentang loyalitas nasabah adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Pada Loyalitas Nasabah (Y)

No	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,470	Instrumen valid jika $> r_{tabel}$ dengan $n = 85$ pada taraf signifikansi 5% sehingga diperoleh $r_{tabel} 0,213$	Valid
2	0,243		Valid
3	0,408		Valid
4	0,287		Valid
5	0,388		Valid
6	0,425		Valid
7	0,284		Valid
8	0,437		Valid
9	0,014		Tidak Valid
10	0,308		Valid
11	0,538		Valid

Sumber : Hasil output SPSS versi 22 (data diolah)

Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa ada nilai korelasi yang kurang dari 0,213 yaitu item 9 sehingga hanya 10 item pernyataan tentang loyalitas nasabah yang dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sebuah alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Berikut hasil uji reliabilitas pelayanan bagian *marketing* dan loyalitas nasabah.

Tabel 4.7
Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Y

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
Pelayanan bagian <i>marketing</i> (X)	0,748	11
Loyalitas nasabah (Y)	0,644	10

Sumber : Hasil output SPSS versi 22 (data diolah)

Berdasarkan tabel 4.7 di atas, reliabilitas pelayanan bagian *marketing* (X) dapat disimpulkan nilai *cronbach alpha* $0,748 > 0,6$ yang berarti dinyatakan reliabel. Sedangkan reliabilitas loyalitas nasabah (Y) dapat disimpulkan nilai *cronbach alpha* $0,644 > 0,6$ yang berarti dinyatakan reliabel. Item pernyataan untuk pelayanan bagian *marketing* dan loyalitas nasabah telah dinyatakan valid dan reliabel. Sehingga 11 item pernyataan untuk pelayanan bagian *marketing* dan 10 item pernyataan untuk loyalitas nasabah yang digunakan untuk analisa data selanjutnya.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji model regresi variabel terikat dan variabel bebas apakah keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Dalam pembahasan ini akan digunakan uji *one sampel Kolmogorov-Smirnov* dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05. Dan dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 5% atau 0,05. Hasil output SPSS terlihat pada tabel di bawah ini.

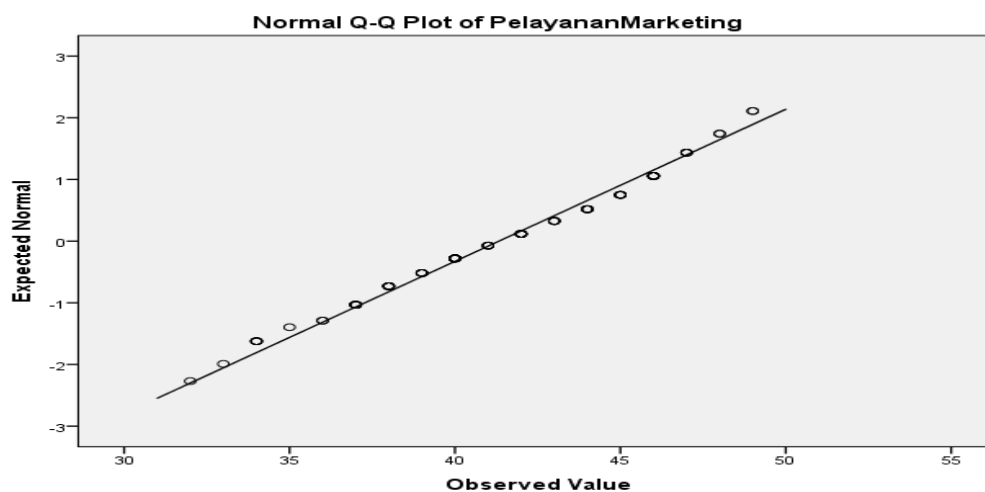
Tabel 4.8
Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Pelayanan Marketing	Loyalitas Nasabah
N		85	85
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	41.33	38.42
	Std. Deviation	4.054	3.806
Most Extreme Differences	Absolute	.086	.091
	Positive	.076	.075
	Negative	-.086	-.091
Test Statistic		.086	.091
Asymp. Sig. (2-tailed)		.173 ^c	.079 ^c

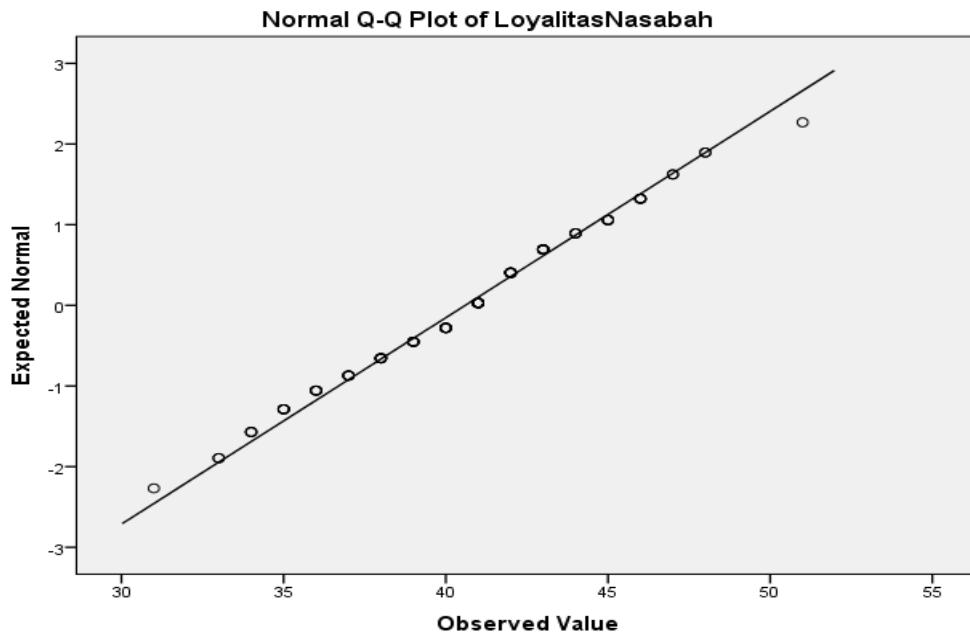
- a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.
 Sumber : Hasil output SPSS versi 22 (data diolah)

Dari hasil *output* tabel 4.8 di atas dapat dilihat hasil *absolute* untuk pelayanan bagian *marketing* sebesar $0,086 > 0,05$ dapat disimpulkan data berdistribusi dengan normal. Sedangkan hasil *absolute* loyalitas nasabah sebesar $0,091 > 0,05$ dapat disimpulkan data berdistribusi dengan normal. Jika digambarkan dalam bentuk grafik adalah sebagai berikut:

Gambar 4.6
Hasil Plot Uji Normalitas



Gambar 4.7
Hasil Plot Uji Normalitas



Dari grafik di atas dapat diketahui titik-titik menyebar sekitar garis diagonal, dan tidak ada titik-titik yang menyebar jauh dari garis-garis diagonal, dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut sudah normal.

4. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Dari hasil pengujian linearitas menggunakan *test for linearity* dengan taraf signifikan 0,05 diperoleh tabel sebagai berikut:

Tabel 4.9
Hasil Uji Linearitas

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Loyalitas Nasabah *	Between Groups	143.000	17	8.412	.525	.931
Pelayanan Marketing	Linearity	20.719	1	20.719	1.293	.026
	Deviation from Linearity	122.280	16	7.643	.477	.950
Within Groups		1073.753	67	16.026		
Total		1216.753	84			

Sumber : Hasil output SPSS versi 22 (data diolah)

Berdasarkan *output* tabel 4.9 di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi pada linearitas sebesar 0,026 karena signifikansi kurang dari 0,05 ($0,026 < 0,05$), maka dapat disimpulkan variabel pelayanan bagian *marketing* dan loyalitas nasabah mempunyai hubungan yang linear. Jadi, Data terdapat hubungan yang linear sehingga dapat diuji dengan regresi linear sederhana.

5. Analisis Deskriptif

Analisis Deskriptif berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek. Berikut hasil analisis deskriptif untuk uji analisis pelayanan bagian *marketing* dan loyalitas nasabah.

Tabel 4.10
Hasil Uji Deskriptif
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean
Pelayanan Bagian Marketing	85	32	49	41.33
Loyalitas Nasabah	85	30	49	38.42
Valid N (listwise)	85			

Sumber : Hasil output SPSS versi 22 (data diolah)

Dari hasil deskriptif terlihat bahwa pelayanan bagian *marketing* (X) mempunyai jumlah rata-rata (mean) sebesar 41,33 kemudian mempunyai nilai tertinggi 49 dan nilai terendah 32. Loyalitas nasabah (Y) mempunyai jumlah rata-rata (mean) sebesar 38,42. kemudian mempunyai nilai tertinggi 49 dan nilai terendah 30.

6. Analisis Regresi Linear Sederhana

Sebelum data di uji secara regresi, data harus diubah menjadi data interval. Sehingga harus ditransformasi sebagai syarat analisis parametrik dengan regresi. Teknik transformasi yang paling sederhana dengan menggunakan MSI (*Method of Successive Interval*). Setelah ditransformasi, selanjutnya diuji secara regresi, berikut hasil uji regresi.

Tabel 4.11
Hasil Uji Analisis Regresi Sederhana
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	33.361	4.242		7.864	.000
	Pelayanan Marketing	.122	.102	.130	2.199	.234

a. Dependent Variable: LoyalitasNasabah

Sumber : Hasil output SPSS versi 22 (data diolah)

Dari tabel 4.11 diketahui bahwa nilai konstanta adalah 33,361 dan koefisien regresi pelayanan bagian *marketing* adalah 0,122. Maka persamaan regresi yang terbentuk adalah :

$$Y = a + bx$$

Loyalitas nasabah = Konstanta + b Pelayanan bagian *marketing*

$$LN = 33,361 + 0,122 PM$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Konstanta sebesar 33,361 artinya apabila variabel pelayanan bagian *marketing* dianggap konstan atau 0 maka loyalitas nasabah pembiayaan adalah sebesar 33,361.
- b. Koefisien regresi variabel pelayanan bagian *marketing* sebesar 0,122 artinya apabila variabel pelayanan bagian *marketing* ditambah 1 satuan maka loyalitas nasabah pembiayaan bertambah sebesar 0,122 dari nilai konstanta. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara pelayanan bagian *marketing* dengan loyalitas nasabah pembiayaan, semakin tinggi pelayanan bagian *marketing* maka nasabah semakin puas.

7. Koefisien Determinasi (R^2)

R square (r^2) atau kuadrat dari r , yaitu menunjukkan nilai koefisien determinasinya. Angka ini akan diubah ke dalam bentuk persen, yang artinya persentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut hasil uji koefisien determinasi yaitu:

Tabel 4.12
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df 1	df 2	Sig. F Change
1	.130 ^a	.017	.005	3.796	.017	1.438	1	83	.234

a. Predictors: (Constant), PelayananMarketing

b. Dependent Variable: LoyalitasNasabah

Sumber : Hasil output SPSS versi 22 (data diolah)

Berdasarkan output di atas terlihat bahwa nilai R sebesar 0,130 menunjukkan hubungan antara pelayanan bagian *marketing* dengan loyalitas nasabah. Jika diinterpretasikan dari tabel nilai R, maka berada pada hubungan dengan interpretasi rendah. Nilai R Square sebesar 0,017 atau 1,7%. Hal ini menjelaskan bahwa variabel pelayanan bagian *marketing* (X) memberikan pengaruh 1,7% terhadap loyalitas nasabah (Y) sedangkan sisanya 98,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini seperti kinerja, motivasi disiplin, pelatihan, konflik, produktivitas karyawan, dan lain-lain

8. Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah model regresi variabel indeviden (loyalitas nasabah) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (pelayanan bagian *marketing*). Adapun hasil analisis regresi output adalah sebagai berikut.

Tabel 4.13
Hasil Uji Regresi Parsial (Uji t)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	33.361	4.242		7.864	.000
	Pelayanan Marketing	.122	.102	.130	2.199	.234

a. Dependent Variable: LoyalitasNasabah

Sumber : Hasil output SPSS versi 22 (data diolah)

Berdasarkan tabel di atas, maka diketahui nilai t_{hitung} untuk pelayanan bagian *marketing* (X) sebesar 2,199. dengan taraf kesalahan

ditetapkan 5% dan $n = 85$. Dengan pengujian 2 sisi (signifikansi = 0,05) hasil diperoleh untuk t_{tabel} sebesar 1,66342. Artinya bahwa $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ yaitu $2,199 > 1,66342$. Maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya bahwa pelayanan bagian *marketing* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Kantor Cabang Pembantu Sibuhuan.

E. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini berjudul “Pengaruh Pelayanan Bagian *Marketing* Terhadap Loyalitas Nasabah Pembiayaan Di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Pembantu Sibuhuan”. Pelayanan adalah aktivitas atau manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Produksinya mungkin tidak terikat atau tidak pada produk fisik. Ramah tamah dimaksudkan bahwa pelayanan dilakukan dengan wajah ceria, wajar dan dengan etika yang baik serta tidak menyinggung perasaan. Misalnya dengan kata: “Apa yang dapat saya bantu?”. Adil artinya pelayanan diberikan berdasarkan urutan antrian. Cepat dan tepat dimaksudkan pelayanan yang diberikan tidak bertele-tele, baik dan benar.

Termasuk juga dalam kegiatan bidang *marketing*. *Marketing* merupakan strategi kombinasi yang dilakukan oleh berbagai perusahaan dalam bidang pemasaran. Dalam prosesnya baik atau tidaknya kualitas suatu perusahaan tersebut yang dimana dalam hal ini bergerak di bidang pelayanan yang diberikan oleh *marketing* terhadap pihak nasabah harus sesuai yang diharapkan nasabah itu sendiri. Baik dalam melayani saat menabung maupun

pada saat ingin menjadi calon nasabah. Sebagai karyawan bagian *marketing* yang baik seseorang harus bersikap ramah saat melayani nasabah ataupun calon nasabah, berpenampilan menarik dan yang lebih penting mendengarkan dengan baik, sigap dan tanggap terhadap apa yang dibutuhkan oleh si calon nasabah ataupun nasabah itu sendiri. Kualitas pelayanan erat kaitannya dengan loyalitas nasabah.

Loyalitas nasabah didefinisikan sebagai besarnya kemungkinan pelanggan membeli kembali dan kesediaan mereka untuk menjadi *partner* berarti bersedia membeli produk atau jasa dalam jumlah yang lebih banyak, memberikan rekomendasi positif serta bersedia menginformasikan kepada pihak perusahaan apabila terjadi kesalahan dalam operasional pelayanan. Untuk memperoleh nasabah yang loyal, bukan hal yang mudah. Loyalitas nasabah tidak dapat dipaksakan oleh bank. Loyalitas nasabah diperoleh melalui kepuasan yang diterima sejalan dengan waktu dan usaha.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti yang berjudul “Pengaruh Pelayanan Bagian *Marketing* Terhadap Loyalitas Nasabah Pembiayaan Di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, Kantor Cabang Pembantu Sibuhuan” dengan jumlah responden 85 orang. Berdasarkan uji validitas untuk variabel X (Pelayanan Bagian *Marketing*) 11 pernyataan yang dinyatakan valid, sedangkan uji validitas yang dilakukan untuk variabel Y (Loyalitas Nasabah) dinyatakan 10 yang valid. Sedangkan uji reliabilitas pelayanan bagian *marketing* (X) dapat disimpulkan nilai *cronbach alpha* $0,748 > 0,6$ yang berarti dinyatakan reliabel. Sedangkan reliabilitas loyalitas nasabah (Y) dapat

disimpulkan nilai *cronbach alpha* $0,644 > 0,6$ yang berarti dinyatakan reliabel.

Uji normalitas yang dilakukan melalui uji *kolmogrov simirnov* dinyatakan normal melalui nilai *absolute* untuk pelayanan bagian *marketing* sebesar $0,086 > 0,05$ dapat disimpulkan data berdistribusi dengan normal. Sedangkan hasil *absolute* loyalitas nasabah sebesar $0,091 > 0,05$ dapat disimpulkan data berdistribusi dengan normal. Sedangkan melalui uji linearitas $0,026 < 0,05$ disimpulkan variabel pelayanan bagian *marketing* dan loyalitas nasabah mempunyai hubungan yang linear. Berdasarkan hasil R^2 sebesar $0,017$ artinya persentase sumbangan pengaruh variabel pelayanan bagian *marketing* terhadap loyalitas nasabah adalah sebesar $1,7\%$. Sedangkan sisanya sebesar $98,3\%$ dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini seperti kinerja, motivasi disiplin, pelatihan, konflik, produktivitas karyawan, dan lain-lain.

Berdasarkan dari hasil uji regresi sederhana yang dilakukan peneliti diketahui $LN = 33,361 + 0,122 PM$, artinya nilai konstanta sebesar $33,361$ artinya jika pelayanan bagian *marketing* diabaikan maka loyalitas nasabah sebesar $0,122$, dan jika pelayanan bagian *marketing* meningkat 1 satuan maka loyalitas nasabah juga akan meningkat sebesar $0,122$. Berdasarkan hasil Uji t yang dilakukan diketahui t_{hitung} sebesar $2,199$ dengan t_{tabel} sebesar $1,66342$ ($df = n - k - 1$ atau $85 - 2 = 83$) Artinya bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,199 > 1,66342$. Maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya pelayanan bagian *marketing*

berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, Kantor Cabang Pembantu Sibuhuan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Ifa Khairul Jannah tahun 2011, menyatakan bahwa kualitas pelayanan memberikan pengaruh terhadap loyalitas nasabah sebesar 73,7% sisanya 26,3% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti. Kualitas pelayanan dapat berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah BMT Amanah Weleri. Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Robby Tri Suwito tahun 2012, menyatakan bahwa Faktor jaminan (*assurance*) dan kemampuan fisik (*tangibles*) adalah faktor dimensi kualitas pelayanan yang berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah BMT Tamzis Wonosobo.

Penelitian ini menunjukkan kecenderungan yang sama dimana pelayanan bagian *marketing* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pembiayaan pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Pembantu Sibuhuan. Sehingga untuk memperoleh nasabah pembiayaan yang loyal, maka PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Pembantu Sibuhuan harus meningkatkan pelayanan di bagian *marketing*. Dengan menghasilkannya nasabah pembiayaan yang memiliki loyalitas akan berdampak positif bagi keberlanjutan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Kantor Cabang Pembantu Sibuhuan.

F. Keterbatasan Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan dengan langkah-langkah yang disusun dengan sedemikian rupa, agar hasil yang diperoleh sebaik mungkin. Namun dalam prosesnya, untuk mendapatkan hasil yang sempurna sangatlah sulit, sebab dalam pelaksanaan penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan.

Diantara keterbatasan yang dihadapi peneliti selama melaksanakan penelitian dan menyusun skripsi ini, yaitu:

1. Keterbatasan ilmu pengetahuan dan wawasan peneliti yang masih kurang.
2. Keterbatasan waktu, tenaga, serta dana peneliti yang tidak mencukupi untuk penelitian lebih lanjut.
3. Dalam penyebaran angket, peneliti tidak mengetahui kejujuran dalam menjawab setiap pertanyaan yang diberikan sehingga mempengaruhi validitas data yang diperoleh.

Walaupun demikian, peneliti berusaha sekuat tenaga agar keterbatasan yang dihadapi tidak mengurangi makna penelitian ini. Akhirnya dengan segala upaya, kerja keras, dan bantuan semua pihak skripsi ini dapat diselesaikan.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk melihat Pengaruh Pelayanan Bagian *Marketing* Terhadap Loyalitas Nasabah Pembiayaan di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Kantor Cabang Pembantu Sibuhuan, kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa Berdasarkan Uji Koefisien Determinasi diperoleh nilai R sebesar 0,130, angka ini menunjukkan hubungan antara pelayanan bagian *marketing* dengan loyalitas nasabah. Jika diinterpretasikan dari tabel nilai R, maka berada pada hubungan dengan interpretasi rendah. Berdasarkan hasil uji determinasi R Square terlihat bahwa nilai R Square sebesar 0,017 atau 1,7% hal ini menunjukkan bahwa variabel pelayanan bagian *marketing* memberikan pengaruh sebesar 1,7% terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, Kantor Cabang Pembantu Sibuhuan.

Berdasarkan hasil Uji hipotesis yang dilakukan dapat peneliti simpulkan bahwa variabel pelayanan bagian *marketing* memiliki pengaruh yang signifikan positif terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, Kantor Cabang Pembantu Sibuhuan. Dasar pengambilan kesimpulan ini adalah t_{hitung} sebesar 2,199 dengan t_{tabel} sebesar 1,66342 ($df = n - k - 1$ atau $85 - 2 = 83$) Artinya bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,199 > 1,66342$. Maka H_a diterima dan H_0 ditolak artinya pelayanan bagian *marketing* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, Kantor Cabang Pembantu Sibuhuan.

B. Saran-saran

Berdasarkan hasil penelitian tentang Pengaruh Pelayanan Bagian *Marketing* Terhadap Loyalitas Nasabah Pembiayaan di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Kantor Cabang Pembantu Sibuhuan ada beberapa saran yang di berikan peneliti yaitu:

1. PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Kantor Cabang Pembantu Sibuhuan harus melakukan upaya untuk meningkatkan pelayanan bagian *marketing* terhadap nasabah.
2. PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Kantor Cabang Pembantu Sibuhuan meningkatkan loyalitas nasabah pembiayaan dengan memberikan pelayanan bagian *marketing* yang baik kepada nasabah.
3. PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk Kantor Cabang Pembantu Sibuhuan hendaknya perusahaan lebih efektif dan efisien dalam meningkatkan kinerja secara keseluruhan.
4. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan agar menggunakan subjek penelitian, dan perbedaan penelitian, sehingga menambah wawasan dalam penelitian pelayanan bagian *marketing* terhadap loyalitas nasabah, serta diharapkan dapat memperoleh hasil yang lebih baik dari pada peneliti sebelumnya

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Irianto, *Statistik: Konsep Dasar, Aplikasi dan Pengembangannya*, Jakarta: Kencana, 2008.
- Ahmad Nizar, *Metodologi Penelitian*, Bandung: Citapustaka Media, 2016.
- Ali Azainuddin, *Hukum Perbankan Syariah*, Jakarta: Sinar Grafika, 2008.
Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*, Penerbit: Ghalia Indonesia, 2010.
- Andi Supangat, *Statistika: Dalam Kajian Deskriptif, Inferensi dan Nonparametrik*, Jakarta: Kencana, 2008.
- Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2008.
- Bank Muamalat, *The Great Leap Forward, Laporan Tahunan Annual Report*, (PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk, Gedung Arthaloka, Jln Jenderal Sudirman No. 2, Jakarta 10220.
- _____, *Managing The Challenge Of Growth Laporan Tahunan Annual Report* (PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk, Gedung Arthaloka, Jln Jenderal Sudirman No. 2 : Jakarta 10220.
- Departemen Agama RI, *Al-Kafi Mushaf Al-Quran*, Bandung: Diponegoro, 2008.
_____, *Al-Qur'an dan Terjemahnya Al-Jumanatul 'Ali*, Bandung: CV. J-ART, 2004.
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 2007.
- Dwi Priyanto, *SPSS 21: Pengolahan Data Terpraktis*, Yogyakarta: C.V. ANDI OFFSET, 2014.
- Fandi Tjiptono, *Strategi Pemasaran, Edisi Ketiga*, Yogyakarta: Andi Offset, 1997.
- Faturrahman Djamil, *Penyelesaian Pembiayaan Bermasalah di Bank Syariah*, Jakarta: Sinar Grafika, 2012.
- Hasibuan Melayu S.P, *Dasar-Dasar Perbankan*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2009.
- Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing*, Bandung: PT. Mizan Pustaka, 2006.
- Herry Susanto & Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank syariah*, Bandung: Pustaka Setia, 2013.
- Husein Umar, *Studi Kelayakan Bisnis*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005.
- Ismail, *Perbankan Syariah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011.
- Kasmir, *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2004.

- Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT.Remaja Rosdakarya, 2000.
- Maman Abdurrahman & Sambas Ali Muhidin, *Panduan Praktisi Memahami Penelitian*, Bandung: Pustaka Setia, 2011
- Moh. Nasir, *Metode Penelitian*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.
- Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, Jakarta: Rajawali Pers, 2008.
- Nasution M. Nur, *Manajemen Jasa Terpadu*, Jakarta: Ghali Indonesia, 2004.
- Philip Kotler & Keller Kevin Lane, *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1, Jakarta: PT. Indeks, 2007.
- Quraish Shihab, *Tafsir Al-Mishbah Pesan, Kesan, dan Keserasian Al-Qur'an Volume 2*, Jakarta: Lentera Hati, 2002.
- Ramadhani, "*Kualitas Pelayanan Islami dan Keputusan Nasabah dalam Memilih Bank Syariah*", Skripsi, Universitas Islam Bandung, 2015.
- Rosady Ruslan, *Metode Penelitian Public Relation dan Komunikasi*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2008.
- Sigit Triandaru, *Bank Lembaga Keuangan*, Jakarta : Salemba Empat, 2008.
- Soegyarto Mangkuatmodjo, *Statistik Lanjutan*, Jakarta: Rineka Cipta, 2004.
- Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: CV. Alfabeta, 2012.
- _____, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2013.
- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta, 1993.
- Sukardi, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Bumi Aksara, 2004.
- Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2015.
- Veithzal, *Islamic Financial Management*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008.
- Wawancara dengan Bapak Akbaruddin Harahap Sebagai *Customer Service* di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, Kantor Cabang Pembantu Sibuhuan Pada Hari Kamis, 22 Desember 2016, Pukul 11.00 Wib.
- Wawancara dengan Bapak Riswan Tua Sebagai *Back Office* di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, Kantor Cabang Pembantu Sibuhuan Pada Hari Jum'at, 23 Desember 2016, Pukul 10.00 Wib.
- Wawancara dengan Bapak Zulfadli Dalimunte SE Sebagai *Sub Branch Manager* di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, Kantor Cabang Pembantu Sibuhuan Pada Hari Kamis, 22 Desember 2016, Pukul 12.00 Wib.

Lampiran 1

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

- I. Nama : MASROANI NASUTION
NIM : 12 230 0146
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI)/ Ekonomi Syariah
Tempat/Tanggal Lahir : Hapung, 08 Juli 1993
Alamat : Hapung
Kec. Sosa
Kab. Padang Lawas
Provinsi Sumatera Utara
- II. Nama Orang Tua
Ayah : KASMAR NASUTION
Pekerjaan : Petani
Ibu : KASUMA HASIBUAN
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Alamat : Hapung
Kec. Sosa
Kab. Padang Lawas
Provinsi Sumatera Utara
- III. Pendidikan
1. SD Negeri 101510 Hapung, Tamat Tahun 2006.
 2. Tsanawiah Pondok Pesantren Mas Al- Mukhlisin Sibuhuan, Tamat Tahun 2009.
 3. Aliyah Pondok Pesantren Mas Al- Mukhlisin Sibuhuan,, Tamat Tahun 2012.
 4. Tahun 2012 Melanjutkan Pendidikan Program S-1 di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI).

Lampiran 2

KUESIONER PENELITIAN

Perihal : Permohonan Pengisian Angket
Lampiran : Satu Berkas

Kepada Yth
Bapak/Ibu/Saudara/i
Di
Tempat

Bapak/Ibu/Saudara/i dalam rangka menyelesaikan karya ilmiah (skripsi) pada program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan maka saya,

Nama : Masroani Nasution
NIM : 12 230 0146

Untuk membantu kelancaran penelitian ini, dengan segala kerendahan hati dan harapan, peneliti mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi daftar pertanyaan ini dengan sejujurnya sesuai dengan kenyataan yang sebenarnya.

Informasi yang Bapak/Ibu/ Saudara/i berikan sangatlah berarti dalam penyelesaian skripsi peneliti dengan judul: **“Pengaruh Pelayanan *Marketing* Terhadap Loyalitas Nasabah Pembiayaan Di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCP Sibuhuan”**. Untuk mencapai maksud tersebut, peneliti mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuesioner ini dengan memilih jawaban yang telah disediakan.

Atas kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i meluangkan waktu membantu peneliti mengisi kuesioner ini, peneliti mengucapkan terimakasih.

Hormat Saya,
Peneliti

Masroani Nasution
12 230 0146

a. Identitas Responden

- Nama :
- Alamat :
- Umur : tahun
- Jenis Kelamin : a. Laki-laki b. Perempuan
- Pendidikan Terakhir : a. SD c. SMA / Aliyah
 b. SMP / Tsanawiyah d. Diploma / Sarjana
- Pekerjaan : a. Wiraswasta c. Karyawan
 b. PNS d. Pelajar
- Penghasilan / bulan : a. Rp. 500 ribu – 1 Juta c. Rp. 2,5 Juta-5 Juta
 b. Rp. 1 Juta – 2,5 Juta d. > Rp. 5 Juta

Petunjuk Pengisian Angket

1. Bacalah secara seksama setiap soal yang tersedia.
2. Pilihlah salah satu jawaban yang paling tepat dengan memberikan tanda *checklist* () pada kolom yang tersedia dengan keterangan sebagai berikut:

No.	Pernyataan	Skor
1.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2.	Tidak Setuju (TS)	2
3.	Kurang Setuju (KS)	3
4.	Setuju (S)	4
5.	Sangat Setuju (SS)	5

b. Pernyataan Pelayanan Bagian Marketing (X)

No.	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Karyawan bagian <i>marketing</i> PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCP Sibuhuan dilengkapi dengan peralatan yang lengkap dan tidak memberatkan nasabah ketika berkunjung ke lapangan.					
2.	Tersedianya fasilitas PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCP Sibuhuan seperti, ac, tv, kursi dan telepon di ruangan kerja.					
3.	Karyawan bagian <i>marketing</i> berpenampilan rapi dan bersih.					

4.	Karyawan bagian <i>marketing</i> memberikan informasi ketika nasabah mengalami kesulitan bertransaksi.					
5.	Sistem antrian bertansaksi di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCP Sibuhuan disiplin dan teratur.					
6.	Karyawan bagian <i>marketing</i> tanggap terhadap keluhan nasabah saat bertransaksi.					
7.	Karyawan bagian <i>marketing</i> selalu memberikan pelayanan yang terbaik dalam bertransaksi.					
8.	Karyawan bagian <i>marketing</i> selalu melayani nasabah dengan sopan					
9.	Karyawan bagian <i>marketing</i> mampu bersosialisasi dengan nasabah					
10.	Karyawan bagian <i>marketing</i> mudah ditelepon/dihubungi ketika nasabah mengalami masalah dalam bertransaksi					
11.	Karyawan bagian <i>marketing</i> bersikap ramah sewaktu melayani nasabah.					

c. Pernyataan Loyalitas Nasabah (Y)

No.	Pertanyaan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya menggunakan produk di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCP Sibuhuan lebih dari satu kali.					
2.	Saya selalu menggunakan produk PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCP Sibuhuan.					
3.	Saya memilih PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCP Sibuhuan karena pengelolaannya sesuai dengan prinsip syariah.					
4.	Saya percaya bahwa PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCP Sibuhuan selalu membantu orang yang membutuhkan dana.					
5.	Saya memilih produk di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCP Sibuhuan karena tidak memberatkan bagi nasabah.					
6.	Saya tetap memilih produk PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCP Sibuhuan, walaupun muncul produk yang sama di bank lain.					
7.	Saya setia menjadi nasabah BMI walaupun banyak tawaran dari bank lain.					

8.	Saya menceritakan keunggulan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCP Sibuhuan kepada teman.					
9.	Saya mengajak keluarga untuk meminjam di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCP Sibuhuan.					
10.	Saya menyarankan teman atau saudara untuk menggunakan produk PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCP Sibuhuan.					
11.	Saya memberitahukan kualitas pelayanan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCP Sibuhuan kepada masyarakat					

Lampiran 3

Data Responden

No	Nama	Alamat	Jenis Kelamin	Pendidikan Terakhir	Profesi atau Pekerjaan	Penghasilan
1	Rosdiana	Pagarambira	P	Smp/Tsanawiyah	Wiraswasta	Rp. 500.000-Rp. 1.000.000
2	Sumardin	Tanjung	L	Smp/Tsanawiyah	Wiraswasta	Rp. 1.000.000-Rp. 2.500.000
3	Nur Jannah	Pagarambira	P	SD	Petani	Rp. 500.000-Rp. 1.000.000
4	Muhammad	Siraisan	L	SD	Wiraswasta	Rp. 1.000.000-Rp. 2.500.000
5	Ashari nst	Hapung	L	Smp/Tsanawiyah	Wiraswasta	Rp. 500.000-Rp. 1.000.000
6	Muhammad Fahri	Rotansogo	L	SD	Wiraswasta	Rp. 1.000.000-Rp. 2.500.000
7	Desi Rizkiyah	Hapung	P	Smp/Tsanawiyah	Wiraswasta	Rp. 2.500.000-Rp. 5.000.000
8	Muhammad Kurniawan	Paringgonan	L	SD	Wiraswasta	Rp. 500.000-Rp. 1.000.000
9	Roni Yahya	Sibuhuan	L	Smp/Tsanawiyah	Wiraswasta	Rp. 500.000-Rp. 1.000.000
10	Sari Dewi	Sibuhuan	P	Diploma/Sarjana	Wiraswasta	Rp. 2.500.000-Rp. 5.000.000
11	Nur Lela	Tanjung	P	Sma/Aliyah	Petani	Rp. 500.000-Rp. 1.000.000
12	Fitri Nst	Sosa	P	Sma/Aliyah	Wiraswasta	Rp. 1.000.000-Rp. 2.500.000
13	Junaida Rahmi Srg	Janji Lobi	P	SD	Petani	Rp. 500.000-Rp. 1.000.000
14	Manna Srg	Matondang	P	SD	Wiraswasta	Rp. 1.000.000-Rp. 2.500.000
15	Windy Dly	Sibuhuan LK II	P	Smp/Tsanawiyah	Wiraswasta	Rp. 1.000.000-Rp. 2.500.000
16	Nur Sakinah Nst	Tanjung	P	Smp/Tsanawiyah	Wiraswasta	Rp. 500.000-Rp. 1.000.000
17	Rodia Srg	Sibuhuan	P	Diploma/Sarjana	PNS	Rp. 1.000.000-Rp. 2.500.000
18	Aswir Saleh Nst	Hapung	L	Smp/Tsanawiyah	Wiraswasta	Rp. 1.000.000-Rp. 2.500.000
19	Karisutan	Tano Bato	P	Sma/Aliyah	Wiraswasta	Rp. 2.500.000-Rp. 5.000.000
20	Efril Anwar Hsb	Pasar latong	L	Smp/Tsanawiyah	Wiraswasta	Rp. 500.000-Rp. 1.000.000
21	Khoirul	Sibuhuan	L	SD	Petani	Rp. 500.000-Rp.

	Amri Nst					1.000.000
22	Ali Raja Hasibuan	hapung	L	Smp/Tsanawiyah	Wiraswasta	Rp. 1.000.000-Rp. 2.500.000
23	Ashari nst	Siraisan	L	Smp/Tsanawiyah	Wiraswasta	Rp. 500.000-Rp. 1.000.000
24	Tamrin Lubis	matondang	L	Diploma/Sarjana	PNS	Rp. 2.500.000-Rp. 5.000.000
25	Syahrial Anwar Nst	Sosa Hapung	L	Diploma/Sarjana	PNS	Rp. 2.500.000-Rp. 5.000.000
26	Nurdin Hrp	aek Tinga	L	Smp/Tsanawiyah	Wiraswasta	Rp. 500.000-Rp. 1.000.000
27	Maratahan Hsb	Siborna	L	SD	Wiraswasta	Rp. 1.000.000-Rp. 2.500.000
28	kasmar Nst	Pasar latong	L	Smp/Tsanawiyah	Wiraswasta	Rp. 1.000.000-Rp. 2.500.000
29	Yafiz Nst	Rotansogo	L	Diploma/Sarjana	PNS	Rp. 2.500.000-Rp. 5.000.000
30	Hj. Pasoma	Sayur maincat	P	Smp/Tsanawiyah	Wiraswasta	Rp. 1.000.000-Rp. 2.500.000
31	Azwar Hsb	Sibuhuan	L	Smp/Tsanawiyah	Wiraswasta	Rp. 2.500.000-Rp. 5.000.000
32	maslaida Nasuiton	hapung	P	SD	Wiraswasta	Rp. 1.000.000-Rp. 2.500.000
33	Hamuddin	Hapung	L	Smp/Tsanawiyah	Wiraswasta	Rp. 500.000-Rp. 1.000.000
34	Dedi Kuniadi Hsb	Hapung	L	SD	Wiraswasta	Rp. 1.000.000-Rp. 2.500.000
35	Saparuddin Nst	Siborna	L	Smp/Tsanawiyah	Wiraswasta	Rp. 2.500.000-Rp. 5.000.000
36	Sukrin Hrp	Tranpir	L	SD	Wiraswasta	Rp. 500.000-Rp. 1.000.000
37	Kiki Nst	ujung Batu	P	Smp/Tsanawiyah	Wiraswasta	Rp. 500.000-Rp. 1.000.000
38	Razainal Srg	tandihat	L	Diploma/Sarjana	Wiraswasta	Rp. 2.500.000-Rp. 5.000.000
39	Randi Pul	Pasar Sibuhuan	L	Sma/Aliyah	Wiraswasta	Rp. 500.000-Rp. 1.000.000
40	Aris Srg	Sibuhuan	L	Diploma/Sarjana	PNS	Rp. 2.500.000-Rp. 5.000.000
41	Padli Hrp	Sibuhuan LK I	L	Sma/Aliyah	PNS	Rp. 1.000.000-Rp. 2.500.000
42	Nuraidah Hp	banjar Raja	P	Smp/Tsanawiyah	Wiraswasta	Rp. 2.500.000-Rp. 5.000.000
43	Parlaungan Hsb	Rao-Rao Dolok	L	SD	Petani	Rp. 500.000-Rp. 1.000.000

44	Ali Sutan	Sayur maincat	L	Smp/Tsanawiyah	Wiraswasta	Rp. 1.000.000- Rp. 2.500.000
45	Penarangan	Tanjung Botung	L	Diploma/Sarjana	Wiraswasta	Rp. 2.500.000- Rp. 5.000.000
46	Lapang Hsb	Batang Bulu Mambu	L	Smp/Tsanawiyah	Petani	Rp. 1.000.000- Rp. 2.500.000
47	Ali Amri	Gunung Inten	L	Sma/Aliyah	Wiraswasta	Rp. 500.000-Rp. 1.000.000
48	Bisman	Tano Bato	L	SD	Petani	Rp. 500.000-Rp. 1.000.000
49	Olil Hsb	Aek Tinga	L	SD	Petani	Rp. 500.000-Rp. 1.000.000
50	Parlaungan Hsb	batang Bulu Tonga	L	Diploma/Sarjana	PNS	Rp. 1.000.000- Rp. 2.500.000
51	Samaran	batu Gajah	L	Smp/Tsanawiyah	Wiraswasta	Rp. 1.000.000- Rp. 2.500.000
52	Saparuddin Pangaribuan	tandihat	L	Sma/Aliyah	Wiraswasta	Rp. 2.500.000- Rp. 5.000.000
53	Siti Oloan	tranpir	P	Smp/Tsanawiyah	Wiraswasta	Rp. 1.000.000- Rp. 2.500.000
54	Puddin Aziz	Sosopan	L	Diploma/Sarjana	PNS	Rp. 1.000.000- Rp. 2.500.000
55	Sarwedi	Sosopan	L	Sma/Aliyah	Wiraswasta	Rp. 1.000.000- Rp. 2.500.000
56	Nasaruddin	Sibuhuan	L	Sma/Aliyah	Wiraswasta	Rp. 1.000.000- Rp. 2.500.000
57	Riswan Nst	sibuhuan	L	Sma/Aliyah	Wiraswasta	Rp. 1.000.000- Rp. 2.500.000
58	Muhammad Topa	pasar Sibuhuan	L	Sma/Aliyah	Wiraswasta	Rp. 1.000.000- Rp. 2.500.000
59	Marzuki	Mompang	L	SD	Petani	Rp. 2.500.000- Rp. 5.000.000
60	Salamuddin	Si pege-pege	L	Smp/Tsanawiyah	Wiraswasta	Rp. 500.000-Rp. 1.000.000
61	Mhd. Irsan Hsb	Mompang	L	Sma/Aliyah	Petani	Rp. 500.000-Rp. 1.000.000
62	Mhd. Ali Hotman	Tandidat	L	Smp/Tsanawiyah	Wiraswasta	Rp. 1.000.000- Rp. 2.500.000
63	Hermansyah	Hapung	L	Sma/Aliyah	Petani	Rp. 1.000.000- Rp. 2.500.000
64	Goloman	panarian	L	Diploma/Sarjana	PNS	Rp. 1.000.000- Rp. 2.500.000
65	Alitohong	aek Tinga	L	Smp/Tsanawiyah	Wiraswasta	Rp. 500.000-Rp. 1.000.000
66	Isrofil Srg	Sundol	L	Diploma/Sarjana	PNS	Rp. 2.500.000-

						Rp. 5.000.000
67	Asnan Daulay	Lk II Sibuhuan	L	Sma/Aliyah	PNS	Rp. 1.000.000-Rp. 2.500.000
68	Sidarmin Simbolon	Sibuhuan	L	Smp/Tsanawiyah	Wiraswasta	Rp. 2.500.000-Rp. 5.000.000
69	Mhd. Toha Lubis	Sibuhuan	L	Sma/Aliyah	Wiraswasta	Rp. 1.000.000-Rp. 2.500.000
70	Mhd. Amal Hrp	Sibuhuan	L	Smp/Tsanawiyah	Wiraswasta	Rp. 1.000.000-Rp. 2.500.000
71	Tanjung Hsb	Gunung Inten	L	Smp/Tsanawiyah	Wiraswasta	Rp. 500.000-Rp. 1.000.000
72	Siti Roli	Mompang	P	Smp/Tsanawiyah	Wiraswasta	Rp. 1.000.000-Rp. 2.500.000
73	Komedi Parapat	aek Tinga	L	Sma/Aliyah	Petani	Rp. 500.000-Rp. 1.000.000
74	Sarmadan Daulay	Sosopan	L	Diploma/Sarjana	PNS	Rp. 1.000.000-Rp. 2.500.000
75	Burhanuddin Siregar	Sosopan	L	Sma/Aliyah	Petani	Rp. 500.000-Rp. 1.000.000
76	Rudianto Hsb	Sosopan	L	Sma/Aliyah	Wiraswasta	Rp. 1.000.000-Rp. 2.500.000
77	Mhd. Damri Hrp	Sosopan	L	SD	Petani	Rp. 500.000-Rp. 1.000.000
78	Solahuddin Hsb	hapung	L	SD	Wiraswasta	Rp. 1.000.000-Rp. 2.500.000
79	Mhd. Naek	Sosopan	L	Smp/Tsanawiyah	Wiraswasta	Rp. 1.000.000-Rp. 2.500.000
80	Rajab Srg	Sosopan	L	Sma/Aliyah	Wiraswasta	Rp. 1.000.000-Rp. 2.500.000
81	Mhd. Muktar Caniago	Sosopan	L	SD	Wiraswasta	Rp. 500.000-Rp. 1.000.000
82	Fadli	batu Gajah	L	SD	Petani	Rp. 500.000-Rp. 1.000.000
83	Abdul Karim daulay	hapung	L	Smp/Tsanawiyah	Petani	Rp. 500.000-Rp. 1.000.000
84	Ali Hamza Daulay	pasar sbuhuan	L	Sma/Aliyah	Wiraswasta	Rp. 1.000.000-Rp. 2.500.000
85	Zakfar Muda Nst	Pasar latong	L	SD	Petani	Rp. 500.000-Rp. 1.000.000

Lampiran 4

A. Pelayanan Bagian *Marketing* (X)

Jawaban Responden Untuk Variabel Pelayanan Bagian *Marketing* (X)

No	Responden	Jumlah Pertanyaan Sebaran Angket											Total Skor
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	
1	Rosdiana	4	4	4	4	3	3	4	3	4	2	5	40
2	Sumardin	3	5	5	5	5	5	4	2	4	3	4	45
3	Nur jannah	5	3	4	4	3	3	5	1	3	2	4	37
4	Muhammad	5	5	3	5	5	5	4	2	4	4	4	46
5	Ashari Nst	4	3	4	4	3	3	4	1	4	1	4	35
6	Muhammad Fahri	5	5	3	5	5	5	5	2	4	4	3	46
7	Desi Rizkiyah	3	3	4	3	4	3	4	1	3	2	4	34
8	Muhammad Kurniawan	4	5	3	4	4	4	3	3	4	2	4	40
9	Roni Yahya	5	3	5	5	3	3	5	2	4	2	5	42
10	Sari Dewi	3	3	4	5	4	3	4	3	4	3	4	40
11	Nur Lela	3	4	3	4	3	3	4	1	4	1	3	33
12	Fitri Nst	5	5	4	4	5	4	4	3	4	2	3	43
13	Junaida Rahmi Srg	4	4	4	4	5	4	4	2	3	3	3	40
14	Manna Srg	3	5	3	5	4	5	4	3	4	3	3	42
15	Windy Dly	5	4	5	5	4	5	4	2	4	3	3	44
16	Nur Sakinah Nst	4	4	4	5	5	4	5	2	4	3	4	44
17	Rodia Srg	4	3	4	4	4	4	4	1	4	2	4	38
18	Aswir Saleh Nst	5	5	4	4	3	5	5	3	4	3	4	45
19	Karisutan	3	5	3	4	5	5	4	2	3	5	4	43
20	Efril Anwar Hsb	4	3	5	5	3	3	4	2	4	3	4	40
21	Khoirul Amri Nst	5	4	4	5	4	5	4	3	4	3	5	46
22	Ali Raja	5	5	5	5	4	5	5	2	4	4	5	49
23	Ashari nst	4	4	5	5	4	5	4	2	4	1	5	43
24	Tamrin Lubis	3	5	3	5	5	5	5	1	4	3	5	44
25	Syahrial Anwar Nst	4	4	4	4	4	3	3	3	4	1	5	39
26	Nurdin Hrp	4	5	5	5	3	5	4	2	3	3	3	42
27	Maratahan Hsb	5	4	5	4	4	4	4	2	4	1	3	40
28	Karmar Nst	4	4	4	3	4	4	4	3	3	2	3	38
29	Yafiz Nst	5	5	5	5	5	5	5	2	4	3	3	47
30	Hj. Pasoma	4	5	4	5	5	4	4	2	3	2	3	41
31	Maslaida Nst	4	3	5	4	3	3	4	3	4	2	3	38
32	Martua Srg	3	5	4	4	4	3	4	2	4	3	3	39
33	Hamuddin	4	5	4	4	5	4	4	2	4	3	3	42

34	Dedi Kuniadi Hsb	4	4	5	4	4	3	5	2	4	2	2	39
35	Saparuddin Nst	5	5	5	4	5	5	4	3	3	5	2	46
36	Sukrin Hrp	3	4	3	5	5	4	4	1	3	2	2	36
37	Kiki Nst	4	5	5	5	5	5	4	3	4	4	3	47
38	Razainal Srg	3	4	4	4	3	3	5	2	4	2	3	37
39	Randi Pul	4	3	5	4	3	3	3	2	3	1	3	34
40	Aris Srg	5	4	3	5	4	4	3	2	3	2	3	38
41	Padli Hrp	4	5	4	5	3	3	3	3	4	2	4	40
42	Nuraidah Hp	5	4	4	4	5	4	4	2	3	3	4	42
43	Parlaungan Hsb	4	3	4	4	3	5	4	1	3	2	4	37
44	Ali Sutan	4	5	5	5	5	5	4	2	4	3	4	46
45	Penarangan	4	3	4	3	4	4	3	2	4	3	4	38
46	Lapang Hsb	5	5	3	5	5	5	3	3	4	4	4	46
47	Ali Amri	4	4	4	4	5	4	5	3	4	4	4	45
48	Bisman	3	3	4	5	5	5	4	3	4	1	4	41
49	Olil Hasibuan	4	5	4	5	5	5	4	4	4	3	5	48
50	Pahanguddin Hsb	5	3	4	3	3	5	5	1	4	2	5	40
51	Samaran	2	5	4	5	5	5	4	3	4	4	5	46
52	Saparuddin Pangaribuan	4	3	4	4	3	4	4	2	3	3	3	37
53	Siti Oloan Nasution	4	5	4	5	5	4	4	3	3	2	3	42
54	Puddin Aziz	5	3	5	4	4	5	5	4	4	3	3	45
55	Sarwedi	4	5	5	5	3	4	3	2	3	2	2	38
56	Nasruddin	4	4	4	5	3	3	5	3	4	2	1	38
57	Riswan Nst	3	5	3	5	4	3	4	3	4	4	4	42
58	Muhammad Topa	4	4	4	4	5	4	4	2	5	3	5	44
59	Marzuki	5	5	5	5	4	5	5	1	4	3	2	44
60	Salamuddin	3	3	4	4	4	3	4	2	5	2	3	37
61	Mhd. Irsan Hsb	4	4	4	5	3	4	4	1	4	3	4	40
62	Mhd. Ali Hotman	5	5	5	5	4	5	5	2	4	2	4	46
63	Hermansyah	3	4	3	4	3	3	3	1	3	1	4	32
64	Goloman	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	48
65	Alitohong	5	5	4	5	5	5	3	2	4	5	4	47
66	Isrofil Srg	4	3	4	4	3	3	5	3	4	2	5	40
67	Asnan dly	4	5	3	5	5	4	4	1	4	3	3	41
68	Darmin Simbolon	5	5	5	4	5	5	4	2	4	5	3	47
69	Mhd. Toha Lubis	4	4	5	4	4	4	4	1	4	2	3	39
70	Mhd. Amal Hrp	3	5	4	4	5	5	4	2	4	5	4	45
71	Tanjung Hsb	5	4	3	4	5	5	3	2	4	3	4	42
72	Siti Roli	5	5	4	5	4	4	4	2	4	3	4	44
73	Komedi Parapat	4	5	5	5	3	4	4	2	4	2	5	43

74	Sarmadan Daulay	3	3	3	3	3	3	3	2	4	2	5	34
75	Burhanuddin Siregar	4	5	4	3	5	5	4	2	3	5	4	44
76	Rudianto Hsb	4	3	5	5	4	3	4	3	4	3	1	39
77	Mhd. Damri Hrp	5	5	4	4	4	4	4	2	4	2	5	43
78	Solahuddin HSb	4	3	4	5	3	3	3	1	3	2	3	34
79	Mhd. Naek	5	5	3	4	5	5	4	3	4	2	2	42
80	Rajab Srg	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	3	49
81	Mhd. Muktar Caniago	5	5	5	4	5	5	4	2	4	3	3	45
82	Fadli	4	4	4	4	4	4	4	1	4	1	3	37
83	Abdul Karim daulay	4	3	4	3	3	3	5	3	4	1	4	37
84	Ali Hamza Daulay	5	4	3	4	4	5	4	1	4	3	4	41
85	Jakfar Muda Nst	4	3	4	5	4	3	4	2	3	2	2	36

B. Loyalitas Nasabah (Y)

Jawaban Responden Untuk Variabel Loyalitas Nasabah (Y)

No	Responden	Jumlah Pertanyaan Sebaran Angket											Total Skor
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	
1	Rosdiana	4	5	4	3	3	4	2	4	3	3	4	39
2	Sumardin	5	5	4	5	4	4	5	5	3	3	4	47
3	Nur Jannah	4	4	4	4	4	5	3	4	1	4	4	41
4	Muhammad	5	4	4	4	4	4	3	4	2	4	4	42
5	Ashari nst	4	5	4	3	3	4	1	3	3	4	4	38
6	Muhammad Fahri	3	4	4	3	3	3	2	4	2	3	4	35
7	Desi Rizkiyah	5	4	3	5	5	5	5	4	2	4	4	46
8	Muhammad Kurniawan	4	5	4	3	5	4	2	5	3	4	4	43
9	Roni Yahya	4	5	4	3	4	4	1	4	3	3	3	38
10	Sari Dewi	4	5	4	3	4	5	3	5	2	5	3	43
11	Nur Lela	5	4	5	4	5	5	2	5	2	4	3	44
12	Fitri Nst	5	4	4	3	4	4	2	4	3	4	3	40
13	Junaida Rahmi Srg	4	4	4	3	4	4	3	4	1	4	3	38
14	Manna Srg	3	4	4	4	3	3	3	3	2	4	3	36
15	Windy Dly	4	4	5	3	5	5	2	4	3	3	4	42
16	Nur Sakinah Nst	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	2	48
17	Rodia Srg	3	4	3	4	3	3	2	3	3	4	1	33
18	Aswir Saleh Nst	5	4	4	5	4	3	4	3	1	3	2	38

19	Karisutan	4	4	4	3	4	5	2	4	3	5	4	42
20	Efril Anwar Hsb	3	4	3	3	3	4	1	3	3	3	4	34
21	Khoirul Amri Nst	4	5	3	4	4	5	2	3	1	3	4	38
22	Ali Raja Hasibuan	3	4	4	3	4	4	2	4	2	3	4	37
23	Ashari nst	5	5	5	4	4	5	3	4	3	4	3	45
24	Tamrin Lubis	4	4	4	5	3	4	2	3	2	3	3	37
25	Syahrial Anwar Nst	5	4	5	5	4	5	3	4	3	4	3	45
26	Nurdin Hrp	4	4	4	4	4	3	3	4	2	3	3	38
27	Maratahan Hsb	4	5	3	5	4	3	4	5	1	3	3	40
28	kasmar Nst	5	4	5	4	5	5	4	4	3	5	2	46
29	Yafiz Nst	5	4	4	5	3	4	1	5	2	4	4	41
30	Hj. Pasoma	5	4	3	5	4	4	3	4	4	4	2	42
31	Azwar Hsb	4	5	4	5	2	3	2	3	3	5	5	41
32	maslaida Nasuiton	4	4	4	5	4	4	4	4	1	4	4	42
33	Hamuddin	2	4	4	4	3	4	3	5	1	4	3	37
34	Dedi Kuniadi Hsb	5	4	4	4	4	4	2	5	3	4	1	40
35	Saparuddin Nst	4	5	3	5	4	4	3	4	2	5	3	42
36	Sukrin Hrp	3	4	3	4	4	3	2	3	3	3	2	34
37	Kiki Nst	5	4	5	3	3	4	2	4	1	5	2	38
38	Razainal Srg	4	4	4	3	3	4	4	4	2	4	5	41
39	Randi Pul	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	44
40	Aris Srg	4	5	4	5	3	4	3	4	2	5	4	43
41	Padli Hrp	3	4	3	3	4	5	2	5	3	4	3	39
42	Nuraidah Hp	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	41
43	Parlaungan Hsb	4	5	4	5	5	4	2	5	2	5	2	43
44	Ali Sutan	3	4	3	3	3	3	1	4	1	3	3	31
45	Penarangan	3	4	4	4	4	4	4	3	2	5	4	41
46	Lapang Hsb	5	5	4	5	4	3	5	5	1	3	4	44
47	Ali Amri	4	4	4	3	5	4	2	5	3	5	3	42
48	Bisman	4	4	4	4	4	4	3	4	1	4	3	39
49	Olil Hasibuan	5	5	2	5	4	2	5	4	2	4	5	43
50	Pahanguddin Hsb	4	4	5	4	4	5	2	4	1	4	3	40
51	Samaran	5	4	5	5	4	5	5	4	3	4	3	47
52	Saparuddin Pangaribuan	4	4	4	3	3	4	2	3	2	4	3	36
53	Siti Oloan Nasution	4	5	4	5	3	4	3	4	1	4	3	40
54	Puddin Aziz	4	5	5	3	5	5	2	4	2	5	3	43
55	Sarwedi	3	5	4	5	3	3	4	3	1	4	4	39
56	Nasaruddin	4	4	5	3	3	5	1	4	3	4	5	41
57	Riswan Nst	4	5	5	5	3	5	4	5	2	5	3	46

58	Muhammad Topa	3	5	3	3	4	3	2	3	1	4	4	35
59	Marzuki	4	4	4	4	4	4	2	3	2	3	2	36
60	Salamuddin	5	5	4	3	4	5	2	4	3	5	1	41
61	Mhd. Irsan Hsb	4	3	3	3	3	3	3	5	2	4	3	36
62	Mhd. Ali Hotman	5	5	4	3	4	4	1	4	3	4	5	42
63	Hermansyah	4	5	4	4	3	4	2	4	3	4	4	41
64	Goloman	5	4	4	4	4	4	3	4	1	4	4	41
65	Alitohong	5	5	5	5	5	5	3	5	2	4	4	48
66	Isrofil Srg	4	5	4	5	4	4	3	4	1	4	4	42
67	Asnan Daulay	5	4	3	4	4	3	3	4	2	5	4	41
68	Sidarmin Simbolon	4	4	4	4	5	4	2	4	3	4	3	41
69	Mhd. Toha Lubis	4	5	5	5	4	3	3	4	2	5	3	43
70	Mhd. Amal Hrp	5	5	4	5	4	4	5	4	3	4	3	46
71	Tanjung Hsb	3	4	3	3	3	3	3	4	1	4	3	34
72	Siti Roli	5	5	4	5	4	5	3	5	3	4	3	46
73	Komedi Parapat	5	5	5	5	5	5	4	5	2	5	5	51
74	Sarmadan Daulay	4	5	4	5	4	4	1	4	4	4	2	41
75	Burhanuddin Siregar	5	5	4	5	4	5	3	5	2	5	2	45
76	Rudianto Hsb	5	4	3	3	4	3	1	3	2	3	2	33
77	Mhd. Damri Hrp	5	4	3	5	3	3	3	4	2	4	3	39
78	Solahuddin HSb	5	5	3	4	3	4	1	4	2	4	2	37
79	Mhd. Naek	5	4	4	4	3	4	2	5	1	4	4	40
80	Rajab Srg	5	5	4	5	4	5	3	4	2	5	3	45
81	Mhd. Muktar Caniago	3	5	3	5	3	3	3	3	2	3	2	35
82	Fadli	4	5	5	4	4	5	3	4	1	4	3	42
83	Abdul Karim daulay	3	4	3	4	3	3	2	3	2	4	4	35
84	Ali Hamza Daulay	5	3	4	3	5	5	2	4	3	3	4	41
85	Zakfar Muda Nst	4	4	4	5	3	3	5	4	3	4	2	41

Lampiran 5
TRASFORMASI DATA ORDINAL KE DATA INTERVAL VARIABEL PM

Item Pernyataan	Alternatif Jawaban					Total Frekuensi
	1	2	3	4	5	
1	0	1	16	40	28	85
2	0	0	22	24	39	85
3	0	0	17	43	25	85
4	0	0	7	37	41	85
5	0	0	24	28	33	85
6	0	0	25	26	34	85
7	0	0	13	52	20	85
8	17	40	25	3	0	85
9	0	0	20	62	3	85
10	10	30	30	9	6	85
11	2	7	29	32	15	85
Frekuensi	29	78	228	356	244	935
Proporsi	0.0310	0.0834	0.2439	0.3807	0.2610	
Proporsi Kumulatif	0.0310	0.1144	0.3583	0.7390	1.0000	
Zi	-1.8661	-1.2033	-0.3630	0.6404		
Densitas	0.0699	0.1934	0.3735	0.3250	0.3989	
Scale Value	-2.2551	-1.4802	-0.7385	0.0210	-0.3209	
Transformasi	1.00	1.77	2.52	3.28	2.93	

Hasil Transformasi Data

No	Responden	Jumlah Pertanyaan Sebaran Angket PM											Total Skor
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	
	Rosdiana	3,28	3,28	3,28	3,28	2,52	2,52	3,28	2,52	3,28	1,77	2,93	31.94
2	Sumardin	2,52	2,93	2,93	2,93	2,93	2,93	3,28	1,77	3,28	2,52	3,28	31.3
3	Nur jannah	2,93	2,52	3,28	3,28	2,52	2,52	2,93	1,00	2,52	1,77	3,28	28.55
4	Muhammad	2,93	2,93	2,52	2,93	2,93	2,93	3,28	1,77	3,28	3,28	3,28	32.06
5	Ashari Nst	3,28	2,52	3,28	3,28	2,52	2,52	3,28	1,00	3,28	1,00	3,28	29.24
6	Muhammad Fahri	2,93	2,93	2,52	2,93	2,93	2,93	2,93	1,77	3,28	3,28	2,52	30.95
7	Desi Rizkiyah	2,52	2,52	3,28	2,52	3,28	2,52	3,28	1,00	2,52	1,77	3,28	28.49
8	Muhammad Kurniawan	3,28	2,93	2,52	3,28	3,28	3,28	2,52	2,52	3,28	1,77	3,28	31.94
9	Roni Yahya	2,93	2,52	2,93	2,93	2,52	2,52	2,93	1,77	3,28	1,77	2,93	29.03
10	Sari Dewi	2,52	2,52	3,28	2,93	3,28	2,52	3,28	2,52	3,28	2,52	3,28	31.93
11	Nur Lela	2,52	3,28	2,52	3,28	2,52	2,52	3,28	1,00	3,28	100	2,52	27.72
12	Fitri Nst	2,93	2,93	3,28	3,28	2,93	3,28	3,28	2,52	3,28	1,77	2,52	32

13	Junaida Rahmi Srg	3,28	3,28	3,28	3,28	2,93	3,28	3,28	1,77	2,52	2,52	2,52	31.94
14	Manna Srg	2,52	2,93	2,52	2,93	3,28	2,93	3,28	2,52	3,28	2,52	2,52	31.23
15	Windy Dly	2,93	3,28	2,93	2,93	3,28	2,93	3,28	1,77	3,28	2,52	2,52	31.65
16	Nur Sakinah Nst	3,28	3,28	3,28	2,93	2,93	3,28	2,93	1,77	3,28	2,52	3,28	32.76
17	Rodia Srg	3,28	2,52	3,28	3,28	3,28	3,28	3,28	1,00	3,28	1,77	3,28	31.53
18	Aswir Saleh Nst	2,93	2,93	3,28	3,28	2,52	2,93	2,93	2,52	3,28	2,52	3,28	32.4
19	Karisutan	2,52	2,93	2,52	3,28	2,93	2,93	3,28	1,77	2,52	2,93	3,28	30.89
20	Efril Anwar Hsb	3,28	2,52	2,93	2,93	2,52	2,52	3,28	1,77	3,28	2,52	3,28	30.83
21	Khoirul Amri Nst	2,93	3,28	3,28	2,93	3,28	2,93	3,28	2,52	3,28	2,52	2,93	33.16
22	Ali Raja	2,93	2,93	2,93	2,93	3,28	2,93	2,93	1,77	3,28	3,28	2,93	32.12
23	Ashari nst	3,28	3,28	2,93	2,93	3,28	2,93	3,28	1,77	3,28	1,00	2,93	30.89
24	Tamrin Lubis	2,52	2,93	2,52	2,93	2,93	2,93	2,93	1,00	3,28	2,52	2,93	29.42
25	Syahrial Anwar Nst	3,28	3,28	3,28	3,28	3,28	2,52	2,52	2,52	3,28	1,00	2,93	31.17
26	Nurdin Hrp	3,28	2,93	2,93	2,93	2,52	2,93	3,28	1,77	2,52	2,52	2,52	30.13
27	Maratahan Hsb	2,93	3,28	2,93	3,28	3,28	3,28	3,28	1,77	3,28	1,00	2,52	30.83
28	Karmar Nst	3,28	3,28	3,28	2,52	3,28	3,28	3,28	2,52	2,52	1,77	2,52	31.53
29	Yafiz Nst	2,93	2,93	2,93	2,93	2,93	2,93	2,93	1,77	3,28	2,52	2,52	30.6
30	Hj. Pasoma	3,28	2,93	3,28	2,93	2,93	3,28	3,28	1,77	2,52	1,77	2,52	30.49
31	Maslaida Nst	3,28	2,52	2,93	3,28	2,52	2,52	3,28	2,52	3,28	1,77	2,52	30.42
32	Martua Srg	2,52	2,93	3,28	3,28	3,28	2,52	3,28	1,77	3,28	2,52	2,52	31.18
33	Hamuddin	3,28	2,93	3,28	3,28	2,93	3,28	3,28	1,77	3,28	2,52	2,52	32.35
34	Dedi Kuniadi Hsb	3,28	3,28	2,93	3,28	3,28	2,52	2,93	1,77	3,28	1,77	1,77	30.09
35	Zakyah Nst	2,93	2,93	2,93	3,28	2,93	2,93	3,28	2,52	2,52	2,93	1,77	30.95
36	Sukrin Hrp	2,52	3,28	2,52	2,93	2,93	3,28	3,28	1,77	2,52	1,77	1,77	28.57
37	Kiki Nst	3,28	2,93	2,93	2,93	2,93	2,93	3,28	2,52	3,28	3,28	2,52	32.81
38	Razainal Srg	2,52	3,28	3,28	3,28	2,52	2,52	2,93	1,77	3,28	1,77	2,52	29.67
39	Randi Pul	3,28	2,52	2,93	3,28	2,52	2,52	2,52	1,77	2,52	1,00	2,52	27.38
40	Aris Srg	2,93	3,28	2,52	2,93	3,28	3,28	2,52	1,77	2,52	1,77	2,52	29.32
41	Padli Hrp	3,28	2,93	3,28	2,93	2,52	2,52	2,52	2,52	3,28	1,77	3,28	30.83
42	Nuraidah Hp	2,93	3,28	3,28	3,28	2,93	3,28	3,28	1,77	2,52	2,52	3,28	32.35
43	Parlaungan Hsb	3,28	2,52	3,28	3,28	2,52	2,93	3,28	1,00	2,52	1,77	3,28	29.66
44	Ali Sutan	3,28	2,93	2,93	2,93	2,93	2,93	3,28	1,77	3,28	2,52	3,28	32.06
45	Penarangan	3,28	2,52	3,28	2,52	3,28	3,28	2,52	1,77	3,28	2,52	3,28	31.53

46	Lapang Hsb	2,93	2,93	2,52	2,93	2,93	2,93	2,52	2,52	3,28	3,28	3,28	32.05
47	Ali Amri	3.,28	3,28	3,28	3,28	2,93	3,28	2,93	2,52	3,28	3,28	3,28	34.62
48	Bisman	2,52	2,52	3,28	2,93	2,93	2,93	3,28	2,52	3,28	1,00	3,28	30.47
49	Sanusi	3,28	2,93	3,28	2.,93	2,93	2,93	3,28	3,28	3,28	2,52	2,93	33.57
50	Pahanguddin Hsb	2,93	2,52	3,28	2,52	2,52	2,93	2,93	1,00	3,28	1,77	2,93	28.61
51	Samaran	1,77	2,93	3,28	2,93	2,93	2,93	3.,28	2,52	3,28	3,28	2,93	32.06
52	Saparuddin Pangaribuan	3,28	2,52	3,28	3,28	2,52	3,28	3,28	1,77	3,28	2,52	2,52	31.53
53	Siti Oloan Nasution	3,28	2,93	3,28	2,93	2,93	3,28	3,28	2,52	3,28	1,77	2,52	32
54	Puddin Aziz	2,93	2,52	2,93	3,28	3,28	2,93	2,93	3,28	3,28	2,52	2,52	32.4
55	Sarwedi	3,28	2,93	2,93	2,93	2,52	3,28	2,52	1,77	2,52	1,77	1,77	28.22
56	Nasruddin	3,28	3,28	3,28	2,93	2,52	2,52	2,93	2,52	3,28	1,77	1,00	29.31
57	Riswan Nst	2,52	2,93	2,52	2,93	3,28	2,52	3,28	2,52	3,28	3,28	3,28	32.34
58	Muhammad Topa	3,28	3,28	3,28	3,28	2,93	3,28	3,28	1,77	2,93	2,52	2,93	32.76
59	Marzuki	2,93	2,93	2,93	2,93	3,28	2,93	2,93	1,00	3,28	2,52	1,77	29.43
60	Salamuddin	2,52	2,52	3,28	3,28	3,28	2,52	3,28	1,77	2,93	1,77	2,52	29.67
61	Mhd. Irsan Hsb	3,28	3,28	3,28	2,93	2,52	3,28	3,28	1,00	3,28	2,52	3,28	31.93
62	Mhd. Ali Hotman	2,93	2,93	2,93	2,93	3,28	2,93	2,93	1,77	3,28	1,77	3,28	30.96
63	Hermansyah	2,52	3,28	2,52	3,28	2,52	2,52	2,52	1,00	2,52	1,00	3,28	26.96
64	Goloman	3,28	2,93	3,28	2,93	2,93	3,28	2,93	3,28	3,28	3,28	3,28	34.68
65	Alitohong	2,93	2,93	3,28	2,93	2,93	2,93	2,52	1,77	3,28	2,93	3,28	31.71
66	Isrofil Srg	3,28	2,52	3,28	3,28	2,52	2,52	2,93	2,52	3,28	1,77	2,93	30.83
67	Sahnan Nst	3,28	2,93	2,52	2,93	2,93	3,28	3,28	1,00	3,28	2,52	2,52	30.47
68	Darmin Simbolon	2,93	2,93	2,93	3,28	2,93	2,93	3,28	1,77	3,28	2,93	2,52	31.71
69	Mhd. Toha Lubis	3,28	3,28	2,93	3,28	3,28	3,28	3,28	1,00	3,28	1,77	2,52	31.18
70	Mhd. Amal Hrp	2,52	2,93	3,28	3,28	2,93	2,93	3,28	1,77	3,28	2,93	3,28	32.41
71	Tanjung Hsb	2,93	3,28	2,52	3,28	2,93	2,93	2,52	1,77	3,28	2,52	3,28	31.24
72	Siti Roli	2,93	2,93	3,28	2,93	3,28	3,28	3,28	1,77	3,28	2,52	3,28	32.76
73	Komedi Parapat	3,28	2,93	2,93	2,93	2,52	3,28	3,28	1,77	3,28	1,77	2,93	30.9
74	Sarmadan Daulay	2,52	2,52	2,52	2,52	2,52	2,52	2.,52	1,77	3,28	1,77	2,93	27.39
75	Burhanuddin Siregar	3,28	2,93	3,28	2,52	2,93	2,93	3,28	1,77	2,52	2,93	3,28	31.65
76	Rudianto Hsb	3,28	2,52	2,93	2,93	3,28	2,52	3,28	2,52	3,28	2,52	1,00	30.06

77	Mhd. Damri Hrp	2,93	2,93	3,28	3,28	3,28	3,28	3,28	1,77	3,28	1,77	2,93	32.01
78	Solahuddin HSb	3,28	2,52	3,28	2,93	2,52	2,52	2,52	1,00	2,52	1,77	2,52	27.38
79	Mhd. Naek	2,93	2,93	2,52	3,28	2,93	2,93	3,28	2,52	3,28	1,77	1,77	30.14
80	Rajab Srg	2,93	2,93	2,93	2,93	2,93	2,93	2,93	2,52	2,93	2,52	2,52	31
81	Mhd. Muktar Caniago	2,93	2,93	2,93	3,28	2,93	2,93	3,28	1,77	3,28	2,52	2,52	31.3
82	Fadli	3,28	3,28	3,28	3,28	3,28	3,28	3,28	1,00	3,28	1,00	2,52	30.76
83	Abdul Karim daulay	3,28	2,52	3,28	2,52	2,52	2,52	2,93	2,52	3,28	1,00	3,28	29.65
84	Ali Hamza Daulay	2,93	3,28	2,52	3,28	3,28	2,93	3,28	1,00	3,28	2,52	3,28	31.58
85	jakfar Muda Nst	3,28	2,52	3,28	2,93	3,28	2,52	3,28	1,77	2,52	1,77	1,77	28.92

TRASFORMASI DATA ORDINAL KE DATA INTERVAL VARIABEL LN

Item Pernyataan	Alternatif Jawaban					Total Frekuensi
	1	2	3	4	5	
1	0	1	14	38	32	85
2	0	0	2	47	36	85
3	0	1	19	49	16	85
4	0	0	27	26	32	85
5	0	1	27	44	13	85
6	0	1	21	38	25	85
7	10	29	29	9	8	85
8	0	0	17	47	21	85
9	20	33	29	3	0	85
10	0	0	19	48	18	85
11	3	14	33	29	6	85
Frekuensi	33	80	237	378	207	935
Proporsi	0.0353	0.0856	0.2535	0.4043	0.2214	
Proporsi Kumulatif	0.0353	0.1209	0.3743	0.7786	1.0000	
Zi	-1.8081	-1.1707	-0.3204	0.7675		
Densitas	0.0778	0.2010	0.3790	0.2972	0.3989	
Scale Value	-2.2044	-1.44	-0.70	0.2024	-0.46	
Transformasi	1.00	1.76	2.50	3.41	2.74	

Hasil Transformasi Data

No	Responden	Jumlah Pertanyaan Sebaran Angket LN											Total Skor
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	
1	Rosdiana	3,41	2,74	3,41	2,50	2,50	3,41	1,76	3,41	2,50	2,50	3,41	31.55
2	Sumardin	2,74	2,74	3,41	2,74	3,41	3,41	2,74	2,74	2,50	2,50	3,41	32.34
3	Nur Jannah	3,41	3,41	3,41	3,41	3,41	2,74	2,50	3,41	1,00	3,41	3,41	33.52
4	Muhammad	2,74	3,41	3,41	3,41	3,41	3,41	2,50	3,41	1,76	3,41	3,41	34.28
5	Ashari nst	3,41	2,74	3,41	2,50	2,50	3,41	1,00	2,50	2,50	3,41	3,41	30.79
6	Muhammad Fahri	2,50	3,41	3,41	2,50	2,50	2,50	1,76	3,41	1,76	2,50	3,41	29.66
7	Desi Rizkiyah	2,74	3,41	2,50	2,74	2,74	2,74	2,74	3,41	1,76	3,41	3,41	31.60
8	Muhammad Kurniawan	3,41	2,74	3,41	2,50	2,74	3,41	1,76	2,74	2,50	3,41	3,41	32.03
9	Roni Yahya	3,41	2,74	3,41	2,50	3,41	3,41	1,00	3,41	2,50	2,50	2,50	30.79
10	Sari Dewi	3,41	2,74	3,41	2,50	3,41	2,74	2,50	2,74	1,76	2,74	2,50	30.45
11	Nur Lela	2,74	3,41	2,74	3,41	2,74	2,74	1,76	2,74	1,76	3,41	2,50	29.95
12	Fitri Nst	2,74	3,41	3,41	2,50	3,41	3,41	1,76	3,41	2,50	3,41	2,50	32.46
13	Junaida Rahmi Srg	3,41	3,41	3,41	2,50	3,41	3,41	2,50	3,41	1,00	3,41	2,50	32.37
14	Manna Srg	2,50	3,41	3,41	3,41	2,50	2,50	2,50	2,50	1,76	3,41	2,50	30.40
15	Windy Dly	3,41	3,41	2,74	2,50	2,74	2,74	1,76	3,41	2,50	2,50	3,41	31.12
16	Nur Sakinah Nst	2,74	2,74	2,74	2,74	2,74	2,74	2,74	2,74	1,76	3,41	1,76	28.85
17	Rodia Srg	2,50	3,41	2,50	3,41	2,50	2,50	1,76	2,50	2,50	3,41	1,00	27.99
18	Aswir Saleh Nst	2,74	3,41	3,41	2,74	3,41	2,50	3,41	2,50	1,00	2,50	1,76	29.38
19	Karisutan	3,41	3,41	3,41	2,50	3,41	2,74	1,76	3,41	2,50	2,74	3,41	32.70
20	Efril Anwar Hsb	2,50	3,41	2,50	2,50	2,50	3,41	1,00	2,50	2,50	2,50	3,41	28.73
21	Khoirul Amri Nst	3,41	2,74	2,50	3,41	3,41	2,74	1,76	2,50	1,00	2,50	3,41	29.38
22	Ali Raja Hasibuan	2,50	3,41	3,41	2,50	3,41	3,41	1,76	3,41	1,76	2,50	3,41	31.48
23	Ashari nst	2,74	2,74	2,74	3,41	3,41	2,74	2,50	3,41	2,50	3,41	2,50	32.10
24	Tamrin Lubis	3,41	3,41	3,41	2,74	2,50	3,41	1,76	2,50	1,76	2,50	2,50	29.90
25	Syahril Anwar Nst	2,74	3,41	2,74	2,74	3,41	2,74	2,50	3,41	2,50	3,41	2,50	32.10
26	Nurdin Hrp	3,41	3,41	3,41	3,41	3,41	2,50	2,50	3,41	1,76	2,50	2,50	32.22
27	Maratahan Hsb	3,41	2,74	2,50	2,74	3,41	2,50	3,41	2,74	1,00	2,50	2,50	29.45

28	kasmar Nst	2,74	3,41	2,74	3,41	2,74	2,74	3,41	3,41	2,50	2,74	1,76	31.60
29	Yafiz Nst	2,74	3,41	3,41	2,74	2,50	3,41	100	2,74	1,76	3,41	3,41	30.53
30	Hj. Pasoma	2,74	3,41	2,50	2,74	3,41	3,41	2,50	3,41	3,41	3,41	1,76	32.70
31	Azwar Hsb	3,41	2,74	3,41	2,74	1,76	2,50	1,76	2,50	2,50	2,74	2,74	28.80
32	maslaida Nasuiton	3,41	3,41	3,41	2,74	3,41	3,41	3,41	3,41	1,00	3,41	3,41	31.02
33	Hamuddin	1,76	3,41	3,41	3,41	2,50	3,41	2,50	2,74	1,00	3,41	2,50	27.31
34	Dedi Kuniadi Hsb	2,74	3,41	3,41	3,41	3,41	3,41	1,76	2,74	2,50	3,41	1,00	28.46
35	Zakyah Nst	3,41	2,74	2,50	2,74	3,41	3,41	2,50	3,41	1,76	2,74	2,50	27.71
36	Sukrin Hrp	2,50	3,41	2,50	3,41	3,41	2,50	1,76	2,50	2,50	2,50	1,76	26.25
37	Kiki Nst	2,74	3,41	2,74	2,50	2,50	3,41	1,76	3,41	1,00	2,74	1,76	24.56
38	Razainal Srg	3,41	3,41	3,41	2,50	2,50	3,41	3,41	3,41	1,76	3,41	2,74	29.96
39	Randi Pul	3,41	3,41	3,41	3,41	3,41	3,41	2,50	2,74	3,41	3,41	3,41	35.93
40	Aris Srg	3,41	2,74	3,41	2,74	2,50	3,41	2,50	3,41	1,76	2,74	3,41	32.03
41	Padli Hrp	2,50	3,41	2,50	2,50	3,41	2,74	1,76	2,74	2,50	3,41	2,50	29.97
42	Nuraidah Hp	3,41	3,41	3,41	3,41	3,41	3,41	2,50	3,41	2,50	3,41	2,50	34.78
43	Parlaungan Hsb	3,41	2,74	3,41	2,74	2,74	3,41	1,76	2,74	1,76	2,74	1,76	29.21
44	Ali Sutan	2,50	3,41	2,50	2,50	2,50	2,50	1,00	3,41	1,00	2,50	2,50	26.32
45	Penarangan	2,50	3,41	3,41	3,41	3,41	3,41	3,41	2,50	1,76	2,74	3,41	33.37
46	Lapang Hsb	2,74	2,74	3,41	2,74	3,41	2,50	2,74	2,74	1,00	2,50	3,41	29.93
47	Ali Amri	3,41	3,41	3,41	2,50	2,74	3,41	1,76	2,74	2,50	2,74	2,50	31.12
48	Bisman	3,41	3,41	3,41	3,41	3,41	3,41	2,50	3,41	1,00	3,41	2,50	33.28
49	Sanusi	2,74	2,74	1,76	2,74	3,41	1,76	2,74	3,41	1,76	3,41	2,74	29.21
50	Pahanguddin Hsb	3,41	3,41	2,74	3,41	3,41	2,74	1,76	3,41	1,00	3,41	2,50	31.20
51	Samaran	2,74	3,41	2,74	2,74	3,41	2,74	2,74	3,41	2,50	3,41	2,50	32.34
52	Saparuddin Pangaribuan	3,41	3,41	3,41	2,50	2,50	3,41	1,76	2,50	1,76	3,41	2,50	30.57
53	Siti Oloan Nasution	3,41	2,74	3,41	2,74	2,50	3,41	2,50	3,41	1,00	3,41	2,50	31.03
54	Puddin Aziz	3,41	2,74	2,74	2,50	2,74	2,74	1,76	3,41	1,76	2,74	2,50	29.04
55	Sarwedi	2,50	2,74	3,41	2,74	2,50	2,50	3,41	2,50	1,00	3,41	3,41	30.12
56	Nasaruddin	3,41	3,41	2,74	2,50	2,50	2,74	1,00	3,41	2,50	3,41	2,74	30.36
57	Riswan Nst	3,41	2,74	2,74	2,74	2,50	2,74	3,41	2,74	1,76	2,74	2,50	30.02
58	Muhammad Topa	2,50	2,74	2,50	2,50	3,41	2,50	1,76	2,50	1,00	3,41	3,41	28.23
59	Marzuki	3,41	3,41	3,41	3,41	3,41	3,41	1,76	2,50	1,76	2,50	1,76	30.74
60	Salamuddin	2,74	2,74	3,41	2,50	3,41	2,74	1,76	3,41	2,50	2,74	1,00	28.95
61	Mhd. Irsan Hsb	3,41	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	2,74	1,76	3,41	2,50	28.82

62	Mhd. Ali Hotman	2,74	2,74	3,41	2,50	3,41	3,41	1,00	3,41	2,50	3,41	2,74	31.27
63	Hermansyah	3,41	2,74	3,41	3,41	2,50	3,41	1,76	3,41	2,50	3,41	3,41	33.37
64	Goloman	2,74	3,41	3,41	3,41	3,41	3,41	2,50	3,41	1,00	3,41	3,41	33.52
65	Alitohong	2,74	2,74	2,74	2,74	2,74	2,74	2,50	2,74	1,76	3,41	3,41	30.26
66	Isrofil Srg	3,41	2,74	3,41	2,74	3,41	3,41	2,50	3,41	1,00	3,41	3,41	32.85
67	Asnan Daulay	2,74	3,41	2,50	3,41	3,41	2,50	2,50	3,41	1,76	2,74	3,41	31.79
68	Sidarmin Simbolon	3,41	3,41	3,41	3,41	2,74	3,41	1,76	3,41	2,50	3,41	2,50	29.96
69	Mhd. Toha Lubis	3,41	2,74	2,74	2,74	3,41	2,50	2,50	3,41	1,76	2,74	2,50	27.04
70	Mhd. Amal Hrp	2,74	2,74	3,41	2,74	3,41	3,41	2,74	3,41	2,50	3,41	2,50	33.01
71	Tanjung Hsb	2,50	3,41	2,50	2,50	2,50	2,50	2,50	3,41	1,00	3,41	2,50	28.73
72	Siti Roli	2,74	2,74	3,41	2,74	3,41	2,74	2,50	2,74	2,50	3,41	2,50	31.43
73	Komedi Parapat	2,74	2,74	2,74	2,74	2,74	2,74	3,41	2,74	1,76	2,74	2,74	29.83
74	Sarmadan Daulay	3,41	2,74	3,41	2,74	3,41	3,41	1,00	3,41	3,41	3,41	1,76	32.11
75	Burhanuddin Siregar	2,74	2,74	3,41	2,74	3,41	2,74	2,50	2,74	1,76	2,74	1,76	29.28
76	Rudianto Hsb	2,74	3,41	2,50	2,50	3,41	2,50	1,00	2,50	1,76	2,50	1,76	26.58
77	Mhd. Damri Hrp	2,74	3,41	2,50	2,74	2,50	2,50	2,50	3,41	1,76	3,41	2,50	29.97
78	Solahuddin HSb	2,74	2,74	2,50	3,41	2,50	3,41	1,00	3,41	1,76	3,41	1,76	28.64
79	Mhd. Naek	2,74	3,41	3,41	3,41	2,50	3,41	1,76	2,74	1,00	3,41	3,41	31.20
80	Rajab Srg	2,74	2,74	3,41	2,74	3,41	2,74	2,50	3,41	1,76	2,74	2,50	30.69
81	Mhd. Muktar Caniago	2,50	2,74	2,50	2,74	2,50	2,50	2,50	2,50	1,76	2,50	1,76	26.50
82	Fadli	3,41	2,74	2,74	3,41	3,41	2,74	2,50	3,41	1,00	3,41	2,50	31.27
83	Abdul Karim daulay	2,50	3,41	2,50	3,41	2,50	2,50	1,76	2,50	1,76	3,41	3,41	29.66
84	Ali Hamza Daulay	2,74	2,50	3,41	2,50	2,74	2,74	1,76	3,41	2,50	2,50	3,41	30.21
85	Zakfar Muda Nst	3,41	3,41	3,41	2,74	2,50	2,50	2,74	3,41	2,50	3,41	1,76	31.79

	Sig. (2-tailed)	.494	.673	.113	.226	.082	.111		.749	.665	.260	.378	.004
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
Ite m_8	Pearson Correlation	.043	-.016	.107	-.049	.094	-.037	-.035	1	.222*	.234*	-.098	.504*
	Sig. (2-tailed)	.699	.887	.328	.659	.390	.738	.749		.041	.031	.373	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
Ite m_9	Pearson Correlation	-.036	.025	-.033	.051	.126	-.022	.048	.222*	1	.139	.139	.412*
	Sig. (2-tailed)	.740	.818	.763	.645	.250	.842	.665	.041		.204	.206	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
Ite m_10	Pearson Correlation	-.155	.061	-.127	-.117	.177	.223*	.124	.234*	.139	1	.129	.612*
	Sig. (2-tailed)	.156	.580	.247	.286	.106	.040	.260	.031	.204		.240	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
Ite m_11	Pearson Correlation	-.124	-.093	.113	-.080	-.081	.062	-.097	-.098	.139	.129	1	.329*
	Sig. (2-tailed)	.258	.395	.303	.469	.461	.575	.378	.373	.206	.240		.002
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
Tot al	Pearson Correlation	.161	.289*	.251*	.122	.371*	.485*	.306*	.504*	.412*	.612*	.329**	1
	Sig. (2-tailed)	.141	.007	.020	.266	.000	.000	.004	.000	.000	.000	.002	
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85

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

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

Hasil Uji Reliability Variabel Pelayanan Bagian *Marketing* (X)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.748	11

Item5	Pearson Correlation	.365*	.044	.278*	.019	1	.450*	.177	.349*	.140	.098	-.074	.535**
	Sig. (2-tailed)	.001	.687	.010	.862		.000	.106	.001	.203	.373	.503	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
Item6	Pearson Correlation	.322*	.092	.594*	-.058	.450*	1	-.034	.343*	.179	.280**	.008	.580**
	Sig. (2-tailed)	.003	.404	.000	.601	.000		.758	.001	.102	.010	.940	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
Item7	Pearson Correlation	.223*	.112	.088	.571*	.177	-.034	1	.210	-.190	.125	.056	.534**
	Sig. (2-tailed)	.040	.309	.421	.000	.106	.758		.054	.081	.255	.608	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
Item8	Pearson Correlation	.338*	.112	.268*	.122	.349*	.343*	.210	1	.049	.242*	.019	.570**
	Sig. (2-tailed)	.002	.308	.013	.265	.001	.001	.054		.657	.026	.862	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
Item9	Pearson Correlation	.156	-.027	.061	-.101	.140	.179	-.190	.049	1	.047	-.102	.227*
	Sig. (2-tailed)	.154	.810	.581	.360	.203	.102	.081	.657		.670	.352	.037
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
Item10	Pearson Correlation	.172	.213	.263*	.130	.098	.280*	.125	.242*	.047	1	-.034	.457**
	Sig. (2-tailed)	.115	.050	.015	.236	.373	.010	.255	.026	.670		.761	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
Item11	Pearson Correlation	-.050	.061	.023	-.095	-.074	.008	.056	.019	-.102	-.034	1	.203
	Sig. (2-tailed)	.649	.578	.834	.389	.503	.940	.608	.862	.352	.761		.063
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
Total	Pearson Correlation	.613*	.371*	.548*	.477*	.535*	.580*	.534*	.570*	.227*	.457**	.203	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.037	.000	.063	
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85

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

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

Hasil Uji Reliability Variabel Loyalitas Nasabah (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.644	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item1	36.41	12.245	.470	.546
Item2	36.20	13.995	.243	.596
Item3	36.66	12.823	.408	.563
Item4	36.54	12.846	.287	.585
Item5	36.79	12.836	.388	.566
Item6	36.58	12.366	.425	.555
Item7	37.88	11.867	.284	.591
Item8	36.55	12.726	.437	.558
Item9	38.42	14.485	.014	.644
Item10	36.61	13.336	.308	.582
Item11	37.35	14.660	-.538	.663

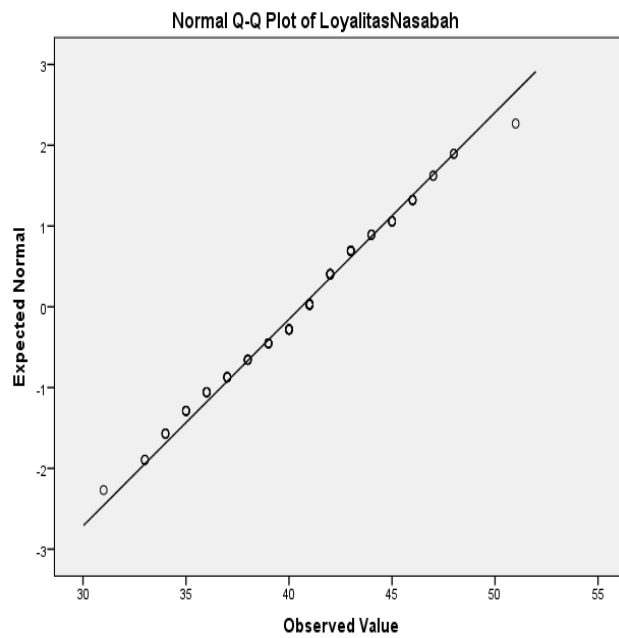
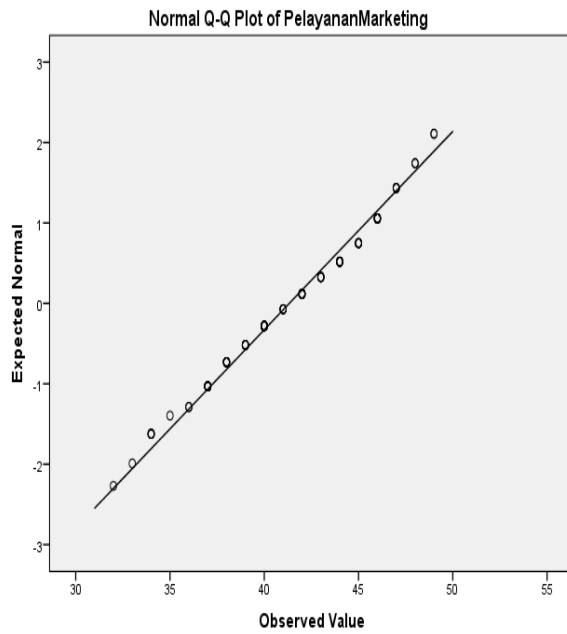
Hasil Plot Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Pelayanan Marketing	Loyalitas Nasabah
N		85	85
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	41.33	38.42
	Std. Deviation	4.054	3.806
	Most Extreme Differences		
	Absolute	.086	.091
	Positive	.076	.075
	Negative	-.086	-.091
Test Statistic		.086	.091
Asymp. Sig. (2-tailed)		.173 ^c	.079 ^c

a. Test distribution is Normal.

- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.



Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
--	----------------	----	-------------	---	------

LoyalitasNasabah *	Between (Combined)	143.000	17	8.412	.525	.931
PelayananMarketin g	Groups Linearity	20.719	1	20.719	1.293	.026
	Deviation from Linearity	122.280	16	7.643	.477	.950
Within Groups		1073.753	67	16.026		
Total		1216.753	84			

Hasil Analisis Korelasi Sederhana Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	33.361	4.242		7.864	.000
	PelayananMarketing	.122	.102	.130	1.199	.234

a. Dependent Variable: LoyalitasNasabah

Hasil Uji Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean
Pelayanan Bagian Marketing	85	32	49	41.33
Loyalitas Nasabah	85	30	49	38.42
Valid N (listwise)	85			

Hasil Uji t Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	33.361	4.242		7.864	.000
	Pelayanan Marketing	.122	.102	.130	2.199	.234

a. Dependent Variable: LoyalitasNasabah

**Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.130 ^a	.017	.005	3.796	.017	1.438	1	83	.234

a. Predictors: (Constant), PelayananMarketing

b. Dependent Variable: LoyalitasNasabah

Lampiran 7

Dokumentasi Hasil Wawancara



Wawancara bersama Pak Akbaruddin Hrp



Wawancara bersama Pak Asnan Daulay

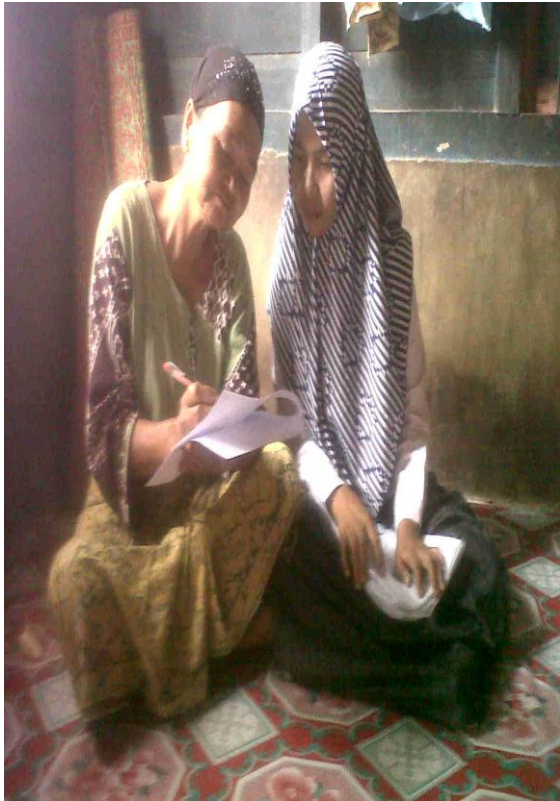
Dokumentasi Hasil Penyebaran Angket



Mengisi Angket bersama Bapak Hamuddin



Mengisi Angket bersama Ibu Nur Jannah



Mengisi Angket bersama Ibu Siti Oloan Nst



Mengisi Angket bersama Dedi Kurniadi



Mengisi Angket bersama Bapak Nasruddin



Mengisi Angket bersama Ibu Nur Lela



Mengisi Angket bersama Ibu Kiki



Mengisi Angket bersama Bapak Ashari Nst



Mengisi Angket bersama Bapak Ali Raja Hsb



Mengisi Angket bersama Hj. Pasoma



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Padangsidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : B-2055 /In.14/G/G.4b/TL.00/12/2016
Lamp. : -
Hal : Mohon Izin Riset

19 Desember 2016

Yth,
Pimpinan PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk,
KCP Sibuhuan
di-
Sibuhuan

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan menerangkan bahwa:

Nama : Masroani Nasution
NIM : 12 230 0146
Semester : IX (Sembilan)
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Adalah benar. Mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul "**Pengaruh Pelayanan Bagian *Marketing* Terhadap Loyalitas Nasabah Pembiayaan pada PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, KCP Sibuhuan**".

Sehubungan dengan itu, dimohon bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan izin riset dan data sesuai dengan maksud judul di atas.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerja sama yang baik diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Dekan,

Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag
NIP.19731128 200112 1 001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. H. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidempuan 22733
Telephone (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

Nomor : B-187/In.14/G.6a/PP.009/06/2016 Padangsidempuan, 29 Juni 2016
Tempat : -
Materi : *Pemohonan Kesediaan Menjadi Pembimbing Skripsi*

Kepada Yth.

Bapak/Ibu :

1. **Muhammad Isa, ST., MM**
2. **Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd**

di-
Padangsidempuan

Wassalamu 'alaikum Wr.Wb

Dengan hormat, disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa berdasarkan hasil sidang Tim Pengkajian dan Pembimbingan Pelayan Judul Skripsi, telah ditetapkan judul Skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini sebagai berikut :

Nama : Masroani Nasution
NIM : 12 230 0146
Fakultas/ Jurusan : FEBI/ Ekonomi Syariah
Judul : **Pengaruh Pelayanan Bagian *Marketing* Terhadap Loyalitas Nasabah Pembiayaan Di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk KCP Sibuhuan.**

Seiring dengan hal tersebut, kami mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu menjadi Pembimbing I dan Pembimbing II penelitian penulisan Skripsi mahasiswa yang dimaksud dan dilakukan penyempurnaan judul bilamana perlu.

Demikian kami sampaikan, atas kesediaan dan kerjasama yang baik dari Bapak/Ibu, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu 'alaikum Wr.Wb.

Mengetahui:
Dekan,

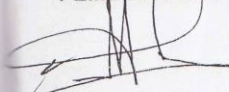

H. Fatahuddin Aziz Siregar, M. Ag
NIP. 19731128 200112 1 001

Ketua Jurusan Ekonomi Syariah


Rukiah Lybis, SE., M.Si
NIP. 19760324 200604 2 002

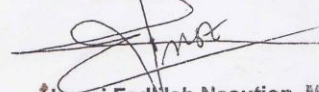
PERNYATAAN KESEDIAAN SEBAGAI PEMBIMBING

BERSEDIA/TIDAK BERSEDIA
PEMBIMBING I



Muhammad Isa, ST., MM
NIP. 19800605 2011012 2 003

BERSEDIA/TIDAK BERSEDIA
PEMBIMBING II



Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd

SURAT KETERANGAN

Nomor :118 /BMI-SBH/XII/2016

Yang bertanda tangan dibawah ini, SBM PT. Bank Muamalat Indonesia Cabang Pembantu Sibuhuan menerangkan bahwa:

Nama : Masroani Nasution
NIM : 12.230.0146
Semester : IX (Sembilan)
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas :Ekonomi dan Bisnis Islam

Nama tersebut diatas benar telah menyelesaikan penelitian (Riset) di PT. Bank Muamalat Indonesia Tbk, Cabang Pembantu Sibuhuan,

Dengan Judul:

“Pengaruh Pelayanan Bagian Marketing Terhadap Loyalitas Nasabah Pembiayaan Pada PT.Bank Muamalat Indonesia Tbk ,KCP Sibuhuan”

Demikian hal ini kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh.

CABANG PEMBANTU SIBUHUAN


Dzul Fadhi H
SBM Capem Sibuhuan

No : /BMI/SBH/I/2016

Sibuhuan, 30 Desember 2016 M

Kepada Yth,
Bapak Dr.H.Fatahuddin Aziz Siregar,M.Ag
Dekan Ekonomi dan Bisnis Islam
Tempat

Perihal: Pemberitahuan Izin Studi Eksplorasi

Assalaamu'Alaikum Warahmatullaahi Wabarakaayuh,

Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua, dan semoga kita selalu di berikan kemudahan dalam menjalankan aktivitas sehari-hari..Aamin.

Berdasarkan Surat Permohonan Izin Studi Eksplorasi No.B-2855/In.14/G/G.4b/TL.00/12/2016 dari Pihak Yayasan yang bapak pimpin,saya atas nama SBM Bank Muamalat Indonesia KCP Sibuhuan memberikan izin kepada mahasiswa/I,yaitu:

Nama	:Masroani Nasution
NIM	:12 230 0146
Semester	:IX(Sembilan)
Jurusan	:Ekonomi Syariah
Fakultas	:Ekonomi dan Bisnis Islam

Demikianlah pemberitahuan ini kami sampaikan,atas perhatian dan kerjasamanya Kami ucapkan terimakasih.

Wassalaamu'alaikum Warahmatullaahi Wabarakaatuh,



Bank Muamalat
KAMPUS CIBINDEU

DZUL FADHLI H
SBM