



PENGARUH *RELATIONSHIP QUALITY* (KUALITAS HUBUNGAN) TERHADAP LOYALITAS NASABAH TABUNGAN MUAMALAT IB PADA PT. BANK MUAMALAT INDONESIA, Tbk CABANG PADANGSIDIMPUAN

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah

Oleh:

ADE ULAN SARI HASIBUAN

NIM. 12 220 0046

JURUSAN PERBANKAN SYARIAH

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

PADANGSIDIMPUAN

2016



PENGARUH *RELATIONSHIP QUALITY* (KUALITAS HUBUNGAN) TERHADAP LOYALITAS NASABAH TABUNGAN MUAMALAT IB PADA PT. BANK MUAMALAT INDONESIA, Tbk CABANG PADANGSIDIMPUAN


SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Bidang Ilmu Perbankan Syariah

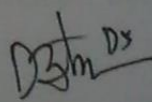
Oleh:

**ADE ULAN SARI HASIBUAN
NIM. 12 220 0046**

Pembimbing I


Budi Gautama Siregar, S.Pd., M.M
NIP. 19790720 201101 1 005

Pembimbing II


Delima Sari Lubis, SEI., M.A
NIP. 19840512 201403 2 002

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

2016



**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

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **ADE ULAN SARI HASIBUAN**
Lampiran : 7 (Tujuh) Eksemplar

Padangsidempuan, 22 Agustus 2016
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam
Di-
Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **ADE ULAN SARI HASIBUAN** yang berjudul "**PENGARUH RELATIONSHIP QUALITY (KUALITAS HUBUNGAN) TERHADAP LOYALITAS NASABAH TABUNGAN MUAMALAT iB PADA PT. BANK MUAMALAT INDONESIA, Tbk CABANG PADANGSIDIMPUAN**", Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ilmu Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan.


Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

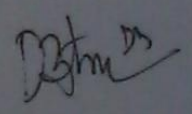
Demikianlah kami sampaikan atas perhatian dan kerja sama dari Bapak/Ibu, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I

PEMBIMBING II


Budi Gautama Siregar, S.Pd., M.M
NIP. 19790720 201101 1 005


Delima Sari Lubis, SEI., M.A
NIP. 19840512 201403 2 002



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

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

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang,
bahwa saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : ADE ULAN SARI HASIBUAN
NIM : 12 220 0046
Fakultas/Jurusan: Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Judul Skripsi : **PENGARUH *RELATIONSHIP QUALITY* (KUALITAS HUBUNGAN) TERHADAP LOYALITAS NASABAH TABUNGAN MUAMALAT IB PADA PT. BANK MUAMALAT INDONESIA, Tbk CABANG PADANGSIDIMPUAN**

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.

Padangsidimpuan, 22 Agustus 2016
Saya yang Menyatakan,



**ADE ULAN SARI HASIBUAN
NIM. 12 220 0046**

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan.
Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ade Ulan Sari Hasibuan
NIM : 12 220 0046
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
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 *Relationship Quality* (Kualitas Hubungan) Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Muamalat iB Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.** 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 Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan
Pada tanggal: 28 Oktober 2016
Yang menyatakan,



ADE ULAN SARI HASIBUAN
NIM. 12 220 0046



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

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

**DEWAN PENGUJI
UJIAN MUNAQASYAH SKRIPSI**

NAMA : ADE ULAN SARI HASIBUAN
NIM : 12 220 0046
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH *RELATIONSHIP QUALITY* (KUALITAS HUBUNGAN) TERHADAP LOYALITAS NASABAH TABUNGAN MUAMALAT iB PADA PT. BANK MUAMALAT INDONESIA, Tbk CABANG PADANGSIDIMPUAN

Ketua

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

Sekretaris

Abdul Nasser Hasibuan, SE., M.Si
NIP. 19790525 200604 1 004

Anggota

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

2. Abdul Nasser Hasibuan, SE., M.Si
NIP. 19790525 200604 1 004

3. Muhammad Isa, ST., M.M
NIP. 19800605 201101 1 003

4. Budi Gautama Siregar, S.Pd., M.M
NIP. 19790720 201101 1 005

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidimpuan
Tanggal : 20 September 2016
Pukul : 14.00 s/d 17.00
Hasil/Nilai : 77,87 (B)
Predikat : Cumlaude
IPK : 3,70



**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

PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI : PENGARUH RELATIONSHIP QUALITY (KUALITAS HUBUNGAN) TERHADAP LOYALITAS NASABAH TABUNGAN MUAMALAT IB PADA PT. BANK MUAMALAT INDONESIA, Tbk CABANG PADANGSIDIMPUAN

NAMA : ADE ULAN SARI HASIBUAN
NIM : 12 220 0046

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

Padangsidempuan, 28 Oktober 2016
Dekan,



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

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, segala puji syukur ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Untaian *Shalawat* serta Salam senantiasa tercurahkan kepada insan mulia Nabi Besar Muhammad SAW, figur seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani, *madinatul 'ilmi*, pencerah dunia dari kegelapan beserta keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi ini berjudul: **“Pengaruh *Relationship Quality* (Kualitas Hubungan) Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Muamalat iB Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan”**, ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Ilmu Perbankan Syariah di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidimpuan.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi penulis untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur, penulis berterima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL selaku Rektor IAIN Padangsidimpuan, serta Bapak Drs. H. Irwan Saleh Dalimunthe, M.A selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak H. Aswadi Lubis,

S.E., M.Si selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Drs. Samsuddin, M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan, Bapak Dr. Darwis Harahap, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Ibu Rosnani Siregar, M.Ag selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Ikhwanuddin Harahap, M.Ag selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Bapak Abdul Nasser Hasibuan, M.Si selaku Ketua Jurusan Perbankan Syariah, Ibu Nofinawati, M.A selaku Sekretaris Jurusan Perbankan Syariah, serta Bapak/Ibu Dosen dan Pegawai Administrasi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Bapak Budi Gautama Siregar, S.Pd., M.M selaku Pembimbing I dan Ibu Delima Sari Lubis, SEI., M.A selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi penulis untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak serta Ibu dosen IAIN Padangsidimpuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi penulis dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidimpuan.

7. Bapak Kepala Cabang PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan yang telah memberi izin penulis untuk melakukan penelitian di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan serta seluruh karyawan dan nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan yang ikut serta mendukung dan terlibat dalam penelitian ini.
8. Teristimewa keluarga tercinta kepada Ayahanda Aguslan Hasibuan, S.Sos dan Ibunda Masbulan Siregar yang tanpa pamrih memberikan kasih sayang, dukungan moril dan materi serta doa-doa mulia yang selalu dipanjatkan tiada hentinya semenjak dilahirkan sampai sekarang, semoga Allah SWT nantinya dapat membalas perjuangan mereka dengan surga firdaus-Nya, serta kepada abang dan adik-adik (Anggara Nauli Basa Hasibuan, Andika Martua Hasibuan, Anggun Rahma Yanti Hasibuan) karena keluarga selalu menjadi tempat istimewa bagi penulis.
9. Para sahabat Reni Angraeni Pohan dan Taufiq Ahmadi Harahap yang telah banyak membantu, menemani ketika melakukan riset dan memberikan motivasi sampai dengan skripsi ini selesai.
10. Kerabat dan seluruh rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam angkatan 2012 khususnya rekan-rekan Jurusan Perbankan Syariah-2 yang selama ini telah berjuang bersama-sama dan semoga kita semua menjadi orang-orang yang sukses.

11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Akhirnya penulis mengucapkan rasa syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Penulis menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada penulis sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati penulis mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan penulis.

Padangsidempuan, 22 Agustus 2016

Penulis,

ADE ULAN SARI HASIBUAN
NIM. 12 220 0046

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 transliterasinya 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	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	je
ح	ħa	ħ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan 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
ص	šad	š	esdan ye
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	za	z	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 adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	fathah	A	a
	Kasrah	I	i
	ḍommah	U	U

- b. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
	fathah dan ya	Ai	a dan i
	fathah dan wau	Au	a dan u

- c. Maddah adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah
	ḍommah dan wau	ū	u dan garis di atas

3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk Ta Marbutah ada dua.

- a. Ta Marbutah hidup yaitu Ta Marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan ḍommah, transliterasinya adalah /t/.

- b. Ta Marbutah mati yaitu Ta Marbutah yang mati atau mendapat harakat 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 (Tasydid)

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 sistem 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 adalah 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 adalah 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 di akhir 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 perkata dan bisa pula dirangkaikan.

8. Huruf Kapital

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.

ABSTRAK

Nama : Ade Ulan Sari Hasibuan
NIM : 12 220 0046
Judul Skripsi : Pengaruh *Relationship Quality* (Kualitas Hubungan) Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Muamalat iB Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan
Kata Kunci : *Relationship Quality* (Kualitas Hubungan), Loyalitas Nasabah, Tabungan Muamalat iB

Permasalahan penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya jumlah nasabah tabungan Muamalat iB pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan dan terjadi penurunan untuk jumlah nasabah aktifnya sedangkan nasabah pasifnya mengalami peningkatan. Hal ini disebabkan karena persaingan antar bank yang semakin meningkat sehingga masih perlu untuk meningkatkan kualitas hubungan dengan nasabah agar terwujudnya loyalitas nasabah. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah *relationship quality* (kualitas hubungan) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah tabungan Muamalat iB pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori tentang loyalitas nasabah, *relationship quality* (kualitas hubungan), kepercayaan, kepuasan, persepsi, komunikasi, ikatan sosial atau persahabatan.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linear berganda. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan sampel 95 nasabah dengan teknik pengambilan sampel adalah *stratified random sampling*. Pengolahan data dilakukan dengan SPSS versi 23.

Hasil penelitian ini menunjukkan secara *parsial* kepercayaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,245 > 1,662$), kepuasan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,157 > 1,662$), persepsi tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,086 < 1,662$), komunikasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,131 > 1,662$) dan ikatan sosial atau persahabatan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,228 > 1,662$). Berdasarkan hasil uji secara *simultan* bahwa kepercayaan, kepuasan, persepsi, komunikasi dan ikatan sosial atau persahabatan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($59,442 > 1,91$). Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi dapat diketahui bahwa 75,7% variabel kepercayaan, kepuasan, persepsi, komunikasi dan ikatan sosial atau persahabatan mampu mempengaruhi loyalitas nasabah dan 24,3% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

DAFTAR ISI

Halaman

Halaman Judul/Sampul	
Halaman Pengesahan Pembimbing	
Surat Pernyataan Pembimbing	
Surat Pernyataan Keaslian Skripsi	
Halaman Pernyataan Persetujuan Publikasi	
Berita Acara Ujian Munaqasyah	
Halaman Pengesahan Dekan	
ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN.....	vi
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR GRAFIK.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	10
C. Batasan Masalah.....	11
D. Definisi Operasional Variabel.....	11
E. Rumusan Masalah.....	14
F. Tujuan Penelitian.....	15
G. Kegunaan Penelitian.....	16
H. Sistematika Pembahasan.....	17

BAB II LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori.....	18
1. Loyalitas Nasabah.....	18
a. Pengertian Loyalitas Nasabah.....	18
b. Karakteristik Loyalitas.....	20
c. Jenis-Jenis Loyalitas.....	20
d. Loyalitas dan Siklus Penggunaan Produk.....	22
e. Tahapan Loyalitas.....	24

2. <i>Relationship Quality</i> (Kualitas Hubungan).....	25
a. Kepercayaan	28
b. Kepuasan	29
c. Persepsi.....	30
d. Komunikasi.....	31
e. Ikatan Sosial/Persahabatan	32
3. Hubungan <i>Relationship Quality</i> (Kualitas Hubungan) dengan Loyalitas Nasabah.....	33
B. Penelitian Terdahulu	37
C. Kerangka Berpikir	41
D. Hipotesis	42

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	44
B. Jenis Penelitian	44
C. Populasi dan Sampel.....	45
1. Populasi	45
2. Sampel.....	45
D. Sumber Data.....	47
E. Instrumen Pengumpulan Data	47
1. Kuesioner	48
2. Dokumentasi.....	50
F. Analisis Data	50
1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	50
2. Uji Statistik Deskriptif	51
3. Uji Normalitas	52
4. Uji Linieritas.....	52
5. Uji Asumsi Klasik.....	53
a. Uji Multikolinearitas	53
b. Uji Heteroskedastisitas	53
6. Analisis Regresi Linier Berganda	54

7. Koefisien Determinasi (R^2)	55
8. Uji Hipotesis	56
a. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)	56
b. Uji Signifikansi Simultan (Uji F).....	56

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan	57
1. Sejarah.....	57
2. Visi dan Misi	59
3. Struktur Organisasi	59
4. Produk dan Layanan	60
5. Tabungan Muamalat iB.....	61
B. Analisis Hasil Penelitian	63
C. Pembahasan Hasil Penelitian	82
D. Keterbatasan Penelitian.....	88

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	89
B. Saran	91

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 : Definisi Operasional Variabel	12
Tabel 2.1 : Penelitian Terdahulu	37
Tabel 3.1 : Populasi Penelitian	45
Tabel 3.2 : Penetapan Skor Alternatif Atas Jawaban Kuesioner	49
Tabel 3.3 : Kisi-Kisi Kuesioner Tentang <i>Relationship Quality</i>	49
Tabel 3.4 : Kisi-Kisi Kuesioner Tentang Loyalitas Nasabah	50
Tabel 4.1 : Fitur Umum Tabungan Muamalat iB	62
Tabel 4.2 : Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan	63
Tabel 4.3 : Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan.....	64
Tabel 4.4 : Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi	64
Tabel 4.5 : Hasil Uji Validitas Variabel Komunikasi	65
Tabel 4.6 : Hasil Uji Validitas Variabel Ikatan Sosial atau Persahabatan	65
Tabel 4.7 : Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Nasabah	66
Tabel 4.8 : Hasil Uji Reliabilitas	66
Tabel 4.9 : Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	68
Tabel 4.10 : Hasil Uji Linieritas Kepercayaan dengan Loyalitas.....	71
Tabel 4.11 : Hasil Uji Linieritas Kepuasan dengan Loyalitas.....	71
Tabel 4.12 : Hasil Uji Linieritas Persepsi dengan Loyalitas	72
Tabel 4.13 : Hasil Uji Linieritas Komunikasi dengan Loyalitas	72
Tabel 4.14 : Hasil Uji Linieritas Ikatan Sosial atau Persahabatan dengan Loyalitas.....	73
Tabe 4.15 : Hasil Uji Multikolinearitas	74
Tabel 4.16 : Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	76
Tabel 4.17 : Hasil Uji Koefisien Determinasi	78
Tabel 4.18 : Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)	79
Tabel 4.19 : Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)	81

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 : Kerangka Pikir.....	42
Gambar 4.1 : Struktur Organisasi.....	60
Gambar 4.2 : Hasil Uji Normalitas Grafik Histogram	69
Gambar 4.3 : Hasil Uji Normalitas Grafik Normal P-P Plot Of Regression Standardized Residual.....	70
Gambar 4.4 : Hasil Uji Heteroskedastisitas	75

DAFTAR GRAFIK

	Halaman
Grafik 1.1 : Jumlah Nasabah Tabungan Muamalat iB	3
Grafik 1.2 : Jumlah Nasabah Aktif dan Pasif Tabungan Muamalat iB	4

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Daftar Kuesioner
- Lampiran 2 : Hasil Uji Instrumen
- Lampiran 3 : Hasil Uji Validitas
- Lampiran 4 : Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 5 : Hasil Uji Statistik Deskriptif
- Lampiran 6 : Hasil Uji Normalitas
- Lampiran 7 : Hasil Uji Linieritas
- Lampiran 8 : Hasil Uji Multikolinearitas
- Lampiran 9 : Hasil Uji Heteroskedastisitas
- Lampiran 10: Hasil Uji Koefisien Determinasi
- Lampiran 11: Hasil Uji Regresi Linier Berganda
- Lampiran 12: Hasil Uji t
- Lampiran 13: Hasil Uji F
- Lampiran 14: Sampel Penelitian
- Lampiran 15: Dokumentasi Riset
- Lampiran 16: Tabel r
- Lampiran 17: Tabel t
- Lampiran 18: Tabel F

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perbankan memiliki peran yang sangat penting dalam memajukan perekonomian suatu negara. Hal ini terjadi karena hampir semua sektor membutuhkan jasa perbankan, termasuk sektor keuangan. Oleh karena itu, dalam melakukan aktivitas keuangan baik perorangan maupun lembaga, tentu tidak dapat lepas dari dunia perbankan. Maka, wajar ada anggapan bahwa bank merupakan “nyawa” untuk menggerakkan roda perekonomian suatu negara. Anggapan ini tentunya tidak salah karena fungsi bank sebagai lembaga keuangan memang sangat penting, misalnya dalam hal penciptaan uang, peredaran uang, menyediakan uang untuk menunjang kegiatan usaha, tempat menyimpan uang, tempat melakukan investasi dan jasa keuangan lainnya.¹

Secara sederhana bank diartikan sebagai lembaga keuangan yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut kepada masyarakat serta memberikan jasa-jasa bank lainnya. Berdasarkan Undang-Undang Perbankan Syariah Nomor 21 Tahun 2008, disebutkan bahwa bank konvensional adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya secara konvensional dan berdasarkan jenisnya terdiri atas Bank Umum Konvensional dan Bank Perkreditan Rakyat. Adapun bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan

¹Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 2.

usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.

Perkembangan perbankan di Indonesia telah mengalami kemajuan yang cukup pesat, hal ini terlihat dari banyaknya bank-bank yang berdiri. Perkembangan bank tersebut menunjukkan adanya pesaing-pesaing baru yang telah memasuki pasar dengan menawarkan beragam produk atau jasa serta berusaha memenuhi kebutuhan nasabah. Perkembangan bank tersebut tidak hanya terjadi pada bank konvensional tetapi juga pada bank syariah.

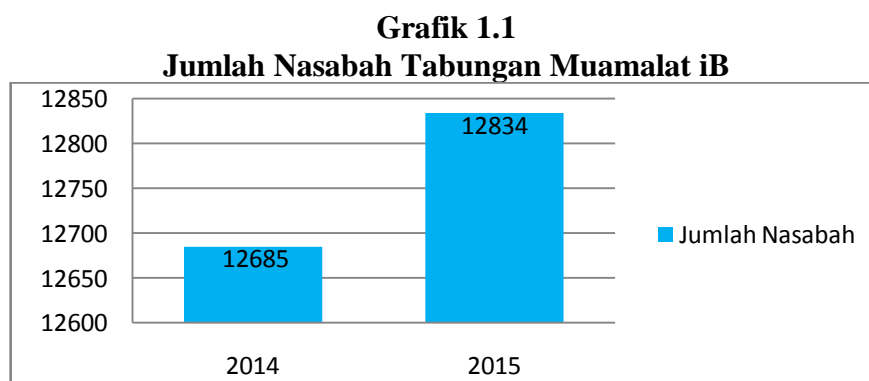
Kehadiran perbankan syariah di Indonesia ditanggapi dengan hal-hal yang beragam, ada yang setuju namun ada juga pihak yang tidak setuju. Namun demikian berkat perjuangan MUI dan tokoh-tokoh Islam lainnya lahirlah bank syariah yang pertama yaitu Bank Muamalat Indonesia pada tanggal 1 Nopember 1991. Sebagai bank pertama murni syariah, Bank Muamalat Indonesia berkomitmen untuk menghadirkan layanan perbankan yang tidak hanya *comply* terhadap syariah, namun juga kompetitif dan aksesibel bagi masyarakat Indonesia. Hingga Bank Muamalat Indonesia telah memberikan layanan bagi lebih dari 4,3 juta nasabah melalui 457 gerai yang tersebar di 33 provinsi di Indonesia.²

PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan merupakan salah satu bank yang memiliki beragam produk, baik produk penghimpunan dana, produk penyaluran dana maupun produk jasa. Salah

²Bank Muamalat Indonesia, "Profil Bank Muamalat" <http://www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat>, diakses 16 Februari 2016 pukul 17.30 WIB.

satu jenis produk penghimpunan dana adalah tabungan. Adapun jenis-jenis tabungan pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan, yaitu: tabungan Muamalat iB, tabungan Muamalat Dollar, tabungan Muamalat iB Haji dan Umroh, tabungan Muamalat Umrah iB, tabunganKu, tabungan Muamalat Rencana iB, tabungan Muamalat Prima iB dan tabungan iB Muamalat Sahabat.

PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan memiliki sebuah produk tabungan yang umum digunakan nasabah yaitu tabungan Muamalat iB karena kemudahan dan kenyamanan bertransaksi kapan saja dan dimana saja melalui layanan *electronic banking* Bank Muamalat mencakupi ATM, *internet banking*, *mobile banking* dan *phone banking*. PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan memiliki jumlah nasabah tabungan Muamalat iB yang mengalami peningkatan. Peningkatan jumlah nasabah ini dapat dilihat pada grafik di bawah ini:

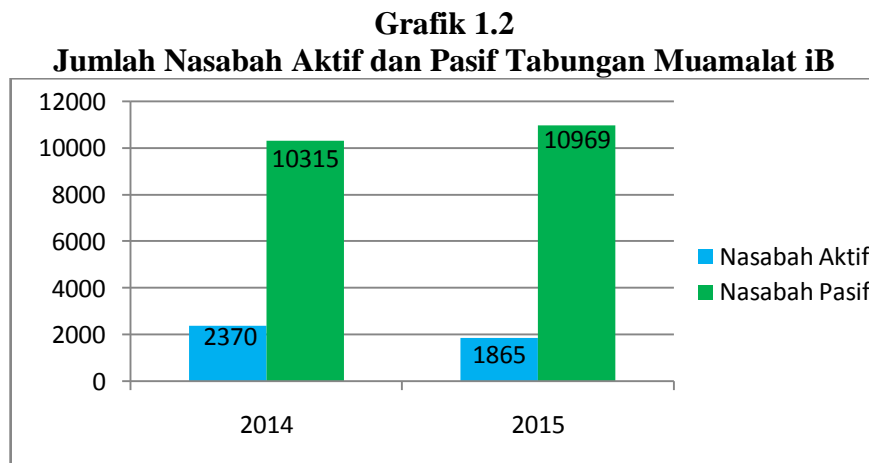


Sumber: PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan

Berdasarkan grafik jumlah nasabah tabungan Muamalat iB menunjukkan adanya peningkatan jumlah nasabah tabungan Muamalat iB

dari tahun 2014 sampai dengan tahun 2015. Pada tahun 2014 jumlah nasabah tabungan Muamalat iB berjumlah 12.685 nasabah dan pada tahun 2015 jumlah nasabah tabungan Muamalat iB mengalami peningkatan dengan jumlah menjadi 12.834 nasabah.

Adanya peningkatan jumlah nasabah tabungan Muamalat iB tersebut, namun jumlah nasabah aktif dan nasabah pasif tabungan Muamalat iB mengalami penurunan dan peningkatan. Ketentuan nasabah aktif dan nasabah pasif dilihat dari rekening nasabah, rekening aktif adalah rekening nasabah yang melakukan transaksi selama 6 bulan berturut-turut sedangkan rekening pasif adalah rekening nasabah yang tidak melakukan transaksi selama 6 bulan berturut-turut.³ Penurunan jumlah nasabah aktif dan peningkatan jumlah nasabah pasif dapat dilihat pada grafik di bawah ini:



Sumber: PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan

³Bank Muamalat Indonesia, "Tabungan Muamalat iB" <http://www.bankmuamalat.co.id/tabungan-consumer/tabungan-muamalat-ib>, diakses 23 Maret 2016 pukul 05.05 WIB.

Berdasarkan grafik di atas menunjukkan pada tahun 2014 nasabah aktif tabungan Muamalat iB berjumlah 2.370 nasabah dan pada tahun 2015 mengalami penurunan dengan jumlah menjadi 1.865 nasabah. Sedangkan pada tahun 2014 nasabah pasif tabungan Muamalat iB berjumlah 10.315 nasabah dan pada tahun 2015 mengalami peningkatan dengan jumlah menjadi 10.969 nasabah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa adanya peningkatan jumlah nasabah tabungan Muamalat iB tidak diikuti dengan peningkatan jumlah nasabah aktif dan terjadi peningkatan pada jumlah nasabah pasif.

Adanya penurunan jumlah nasabah aktif tabungan Muamalat iB menunjukkan bahwa nasabah tabungan Muamalat iB tidak loyal karena loyalitas nasabah secara umum dapat dinilai berdasarkan lamanya nasabah dalam menggunakan produk atau jasa serta kesetiaan nasabah untuk tidak berpaling ke bank lain. Loyalitas nasabah juga dapat dilihat berdasarkan perilaku penggunaan produk atau jasa karena nasabah yang loyal biasanya akan menggunakan produk atau jasa dan transaksi berulang secara teratur, menggunakan antarlini produk atau jasa, mereferensikan kepada orang lain serta menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing.

Saat ini tingkat persaingan yang semakin tinggi dalam perusahaan perbankan mengharuskan perusahaan perbankan harus memperhatikan peningkatan kinerja perusahaan perbankan dengan upaya memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah agar terciptanya loyalitas dari nasabah sehingga nasabah tidak berpaling ke bank lain. Nasabah sering sekali tidak

menjadi loyal karena beberapa sebab, seperti: kurangnya kepuasan terhadap produk yang digunakan nasabah, menurunnya kualitas pelayanan yang diharapkan nasabah, kurangnya penanganan komplain dan tidak adanya terjalin kedekatan antara pihak bank dengan nasabah. Oleh karena itu, perlunya peranan aktif dari seluruh karyawan dan pihak yang terlibat dalam penyediaan jasa untuk mewujudkan terciptanya loyalitas dari nasabah.

Egha Ezar Junaeka Hassany dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh *Relationship Quality* Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada BNI Syariah Yogyakarta) menyatakan bahwa:

Pentingnya pengembangan kepercayaan, komitmen, kepuasan dan komunikasi sebagai faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan manajer dalam upaya meningkatkan loyalitas nasabah. Hal tersebut penting dilakukan sebab tingkat persaingan di dunia perbankan yang semakin tinggi serta dinamisnya kebutuhan dan keinginan para nasabah.⁴

Sumaryatun dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh *Relationship Quality* Pada Loyalitas Nasabah (Survei Pada PD. BPR Bank Purworejo) menyatakan bahwa:

Relationship quality yang terdiri dari kepercayaan, kepuasan dan komitmen berpengaruh positif pada loyalitas nasabah PD. BPR Bank Purworejo. Oleh karena itu *relationship quality* perlu terus ditingkatkan oleh perusahaan, karena dengan adanya *relationship quality* maka loyalitas nasabah untuk tetap menjadi nasabah bank tersebut semakin meningkat.⁵

⁴Egha Ezar Junaeka Hassany, "Pengaruh *Relationship Quality* Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada BNI Syariah Yogyakarta)" (Skripsi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2013), hlm. 96.

⁵Sumaryatun, "Pengaruh *Relationship Quality* Pada Loyalitas Nasabah (Survei Pada PD. BPR Purworejo)" dalam E-Jurnal Manajemen dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purworejo, Volume 10, No. 1a, 2014.

Sri Wahyuni dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh *Relationship Quality* Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank CIMB Niaga, Tbk Medan menyatakan bahwa “*Relationship quality* mempengaruhi loyalitas nasabah pada PT. Bank CIMB Niaga, Tbk Medan secara signifikan.”⁶

Firmansyah dalam penelitiannya yang berjudul Faktor-Faktor Yang Berhubungan Dengan Loyalitas Nasabah Bank Syariah (Studi Pada Nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Kalimantan) menyatakan bahwa “Masih minimnya ‘loyalitas’ responden dalam hal lamanya hubungan. Namun, dipihak lain merupakan tantangan bagi pihak Bank Muamalat Indonesia untuk mempertahankan nasabahnya agar tidak beralih ke bank lainnya.”⁷

Gina Nadiya Suary dalam penelitiannya yang berjudul Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Tabungan di Perbankan Syariah Yogyakarta (Studi Kasus Pada Nasabah BNI Syariah Cabang Yogyakarta) menyatakan bahwa:

Promosi, nisbah bagi hasil, citra perusahaan, kualitas pelayanan, kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah di Bank BNI Syariah kantor cabang Yogyakarta dan produk tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di Bank BNI Syariah kantor cabang Yogyakarta.⁸

⁶Sri Wahyuni, “Pengaruh *Relationship Quality* Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank CIMB Niaga, Tbk Medan” (Skripsi, Universitas Sumatera Utara, 2010), hlm. 61.

⁷Firmansyah, “Faktor-Faktor Yang Berhubungan Dengan Loyalitas Nasabah Bank Syariah (Studi Pada Nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Kalimantan)” (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2008), hlm. 89.

⁸Gina Nadiya Suary, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Tabungan di Perbankan Syaiah Yogyakarta (Studi Kasus Pada BNI Syariah Cabang Yogyakarta)” (Skripsi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2014), hlm. 67.

Nuri Handayani Ritonga dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh *Relationship Quality* Terhadap Loyalitas Nasabah Menggunakan Tabungan *Marhamah* Pada Bank SUMUT Syariah Cabang Medan menyatakan bahwa:

Secara parsial menunjukkan bahwa variabel komunikasi merupakan variabel yang paling mempengaruhi loyalitas nasabah sedangkan variabel kepercayaan, kepuasan, persepsi dan ikatan sosial atau persahabatan tidak berpengaruh secara signifikan. *Relationship quality* (kualitas hubungan) yang terdiri dari variabel kepercayaan, kepuasan, persepsi, komunikasi dan ikatan sosial atau persahabatan berpengaruh positif namun tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah.⁹

Arif Nur Rahmanudin dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Antara *Relationship Marketing* dan *Relationship Quality* Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Permata, Tbk Cabang Slamet Riyadi Kota Surakarta) menyatakan “Secara parsial variabel *relationship marketing* berpengaruh signifikan sedangkan variabel *relationship quality* tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.”¹⁰

Berdasarkan beberapa hasil penelitian di atas banyak faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah, seperti: promosi, harga, nisbah bagi hasil, citra perusahaan, kualitas pelayanan, sumber daya manusia, kualitas hubungan terdiri dari kepercayaan, komitmen, kepuasan, persepsi, komunikasi dan ikatan sosial atau persahabatan.

⁹Nuri Handayani Ritonga, “Pengaruh *Relationship Quality* Terhadap Loyalitas Nasabah Menggunakan Tabungan *Marhamah* Pada Bank SUMUT Syariah Cabang Medan” (Skripsi, Universitas Sumatera Utara, 2010), hlm. 85.

¹⁰Arif Nur Rahmanudin, “Pengaruh Antara *Relationship Marketing* dan *Relationship Quality* Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Permata, Tbk Cabang Slamet Riyadi Kota Surakarta)” (Skripsi, Universitas Sebelas Maret Surakarta, 2012), hlm. 53.

Mengenai loyalitas nasabah terhadap produk tabungan Muamalat iB di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan, maka perlu untuk terus memelihara dan mempertahankan nasabah yang sudah ada dengan memberikan kepuasan nasabah melalui pelayanan yang optimal dan menjalin hubungan jangka panjang yang interaktif dan bernilai tambah yang bertujuan agar nasabah menjadi loyal.

Relationship (hubungan) yang dilakukan dengan baik antara pihak bank dengan nasabah akan menghasilkan suatu *relationship quality* (kualitas hubungan) yang baik juga. Oleh karena itu, bank harus terus memelihara dan meningkatkan pelayanan sesuai dengan yang dibutuhkan dan diinginkan nasabah serta mampu menjalin silaturahmi yang baik dengan nasabah sehingga mampu meningkatkan loyalitas nasabah kepada bank atau menimbulkan *word of mouth* yang positif.¹¹ Kesuksesan menjalin hubungan dengan nasabah dipengaruhi oleh faktor, seperti: kepercayaan, kepuasan terhadap produk atau jasa, persepsi terhadap nilai, efektivitas komunikasi dan ikatan sosial atau persahabatan.¹²

Kepercayaan nasabah terhadap pihak bank, kepuasan nasabah terhadap produk atau jasa, persepsi nasabah terhadap nilai produk atau jasa, komunikasi yang efektif antara nasabah dengan pihak bank serta ikatan sosial atau persahabatan yang terjalin antara nasabah dengan pihak sangat penting dipelihara dan dipertahankan agar nasabah merasa nyaman

¹¹M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Jakarta: Alfabeta, 2012), hlm. 206.

¹²Fandy Tjiptono, *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer* (Yogyakarta: Andi, 2000), hlm. 94.

untuk selalu berhubungan dengan pihak bank dalam setiap transaksi yang dilakukan.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan dengan karyawan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan yaitu bapak Rizky Fahlevi menjelaskan bahwa PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan telah memberikan pelayanan dan menjalin hubungan yang baik dengan nasabahnya, seperti dengan memberikan bonus, hadiah, cendera mata serta bersikap bersahabat dengan nasabah.¹³ Masih perlunya upaya untuk terus memahami kebutuhan dan keinginan nasabah dengan menciptakan hubungan yang berkualitas baik secara berkesinambungan yang bertujuan agar nasabah menjadi loyal terhadap bank.

Berdasarkan uraian masalah di atas peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul, yaitu: **“Pengaruh *Relationship Quality* (Kualitas Hubungan) Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Muamalat iB Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah penyebab nasabah tidak menjadi loyal, antara lain:

¹³Wawancara dengan karyawan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan yaitu Bapak Rizky Fahlevi, 14 Maret 2016 pukul 11:30 WIB.

1. Kurangnya kepuasan terhadap produk yang digunakan nasabah sehingga nasabah beralih menggunakan produk dari bank lain.
2. Menurunnya kualitas pelayanan yang diharapkan nasabah sehingga menurun juga kepuasan nasabah saat melakukan transaksi.
3. Penyelesaian komplain nasabah yang kurang baik sehingga menyebabkan ketidakpuasan dan kekecewaan nasabah.
4. Tidak adanya terjalin kedekatan dalam hubungan antara pihak bank dengan nasabah sehingga kualitas hubungan yang dirasakan dapat mempengaruhi nasabah tidak menjadi loyal.

C. Batasan Masalah

Pembatasan masalah dalam penelitian merupakan upaya untuk memfokuskan persoalan yang akan diteliti. Dari beberapa identifikasi masalah tersebut, maka masalah dalam penelitian ini dibatasi pada pengaruh *relationship quality* (kualitas hubungan) yang terdiri dari kepercayaan, kepuasan, persepsi, komunikasi dan ikatan sosial atau persahabatan terhadap loyalitas nasabah tabungan Muamalat iB pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.

D. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel diperlukan untuk menentukan jenis dan indikator variabel-variabel terkait dalam penelitian dimaksudkan untuk menentukan skala masing-masing variabel sehingga pengujian hipotesis dengan menggunakan alat bantu statistik dapat dilakukan secara

benar. Untuk menghindari kesalahpahaman istilah yang digunakan dalam penelitian maka dibuatlah definisi operasional variabel guna menerangkan beberapa istilah sebagai berikut:

Tabel 1.1
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
Kepercayaan (X ₁)	Kepercayaan adalah sebagai suatu kondisi ketika salah satu pihak yang terlibat dalam proses pertukaran yakin dengan kehandalan dan integritas pihak yang lain. ¹⁴ Dalam penelitian ini kepercayaan adalah rasa aman yang dirasakan nasabah dan keyakinan untuk mempercayakan transaksi pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Padangsidempuan.	a. Kehandalan. b. Kejujuran. c. Kepedulian. d. Kredibilitas. ¹⁵	Ordinal
Kepuasan (X ₂)	Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. ¹⁶ Dalam penelitian ini kepuasan adalah hal yang dirasakan nasabah saat bertransaksi pada Bank Muamalat Cabang Padangsidempuan.	a. Pelayanan. b. Kemudahan. c. Kenyamanan. d. Ketelitian. ¹⁷	Ordinal

¹⁴Okky Erviana, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap di RSUD Dr. Soewondo Kendal" (Skripsi, Universitas Negeri Semarang, 2013), hlm. 15.

¹⁵Astri Dhiah Maharani, "Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Mega Semarang" (Skripsi, Universitas Diponegoro Semarang, 2010), hlm. 23.

¹⁶Fandy Tjiptono, *Op. Cit.*, hlm. 90.

¹⁷Nuri Handayani Ritonga, *Op. Cit.*, hlm. 11.

Persepsi (X ₃)	Persepsi adalah penilaian menyeluruh dari manfaat atas keunggulan yang diperoleh pelanggan dari suatu jasa atau produk tertentu. ¹⁸ Dalam penelitian ini persepsi adalah penilaian nasabah terhadap kinerja karyawan saat melayani nasabah pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Padangsidempuan.	a. Pelayanan yang tanggap. b. Pelayanan yang cepat. ¹⁹	Ordinal
Komunikasi (X ₄)	Komunikasi adalah proses mengirimkan, menerima dan memahami gagasan dan perasaan dalam bentuk pesan verbal atau nonverbal secara disengaja atau tidak disengaja. ²⁰ Dalam penelitian ini komunikasi adalah proses menyampaikan informasi dan memahami nasabah saat bertransaksi di Bank Muamalat Indonesia Cabang Padangsidempuan.	a. Keterbukaan. b. Sikap mendukung dan positif. c. Empati. d. Kesetaraan. ²¹	Ordinal
Ikatan Sosial atau Persahabatan (X ₅)	Ikatan sosial atau persahabatan adalah hal yang timbul akibat interaksi antara karyawan dengan pelanggan. ²²	a. Memberikan perhatian secara personal dan penuh kepada	Ordinal

¹⁸Surya Darma Putra Panjaitan, "Pengaruh Kualitas Hubungan (*Relationship Quality*) Terhadap Loyalitas Pelanggan *Doorsmeer* Pada CV. Balian Guru Medan" (Skripsi, Universitas Sumatera Utara, 2008), hlm. 9.

¹⁹Sri Wahyuni, *Op.Cit.*, hlm. 9.

²⁰Yosal Iriantara, dkk., *Komunikasi Bisnis* (Jakarta: Universitas Terbuka, 2011), hlm. 3.

²¹Dwi Novel Putri Yanti, "Kualitas Komunikasi Pelayanan *Customer Service* di PT. Indosat, Tbk Balikpapan" dalam E-Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman, Volume 1, No. 2, 2013, hlm. 42.

²²Surya Darma Putra Panjaitan. *Loc. Cit.*

	Dalam penelitian ini ikatan sosial atau persahabatan adalah kedekatan yang terjalin antara nasabah dengan pihak Bank Muamalat Indonesia Cabang Padangsidempuan.	nasabah. b. Bersikap sangat bersahabat. ²³	
Loyalitas Nasabah (Y)	Loyalitas adalah sikap dalam menentukan pilihan untuk tetap menggunakan produk atau jasa dari suatu perusahaan untuk membuat komitmen dan melakukan pembelian ulang pada perusahaan tersebut. ²⁴ Dalam penelitian ini loyalitas adalah kesetiaan nasabah pada produk atau jasa Bank Muamalat Indonesia Cabang Padangsidempuan karena adanya hubungan yang baik dengan pihak bank.	a. Transaksi Berulang. b. Menggunakan produk/jasa lain. c. Rekomendasi kepada orang lain. d. Kebal terhadap pesaing. ²⁵	Ordinal

E. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah penelitian ini adalah: Apakah *relationship quality* (kualitas hubungan) yang terdiri dari kepercayaan, kepuasan, persepsi, komunikasi dan ikatan sosial atau persahabatan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah tabungan

²³Nuri Handayani Ritonga, *Op. Cit.*, hlm. 12.

²⁴Adi Krismanto, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Semarang Pattimura)" (Tesis, Universitas Diponegoro Semarang, 2009), hlm. 39.

²⁵Ade Titi Nifita, "Pengaruh Citra BCA Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan BCA Cabang Jambi" dalam E-Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jambi, Volume 2, No. 2, Juli-Desember 2010, hlm. 160.

Muamalat iB pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan baik secara parsial maupun simultan?

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah kepercayaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah tabungan Muamalat iB pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.
2. Untuk mengetahui apakah kepuasan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah tabungan Muamalat iB pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.
3. Untuk mengetahui apakah persepsi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah tabungan Muamalat iB pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.
4. Untuk mengetahui apakah komunikasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah tabungan Muamalat iB pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.
5. Untuk mengetahui apakah ikatan sosial atau persahabatan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah tabungan Muamalat iB pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.
6. Untuk mengetahui apakah *relationship quality* (kualitas hubungan) yang terdiri dari kepercayaan, kepuasan, persepsi, komunikasi dan

ikatan sosial atau persahabatan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah tabungan Muamalat iB pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.

G. Kegunaan Penelitian

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengalaman, pengetahuan dan wawasan dalam menerapkan teori-teori yang diperoleh peneliti selama kuliah dan sebagai persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan jenjang Sarjana (S1) pada Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan.

2. Bagi Bank

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dipergunakan sebagai bahan pertimbangan dan masukan bagi PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan terkait pengaruh *relationship quality* (kualitas hubungan) terhadap loyalitas nasabah tabungan Muamalat iB sehingga dapat menentukan kebijakan selanjutnya.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Sebagai referensi ilmiah dan bahan pertimbangan bagi mahasiswa lain yang ingin melakukan penelitian tentang pengaruh *relationship quality* (kualitas hubungan) terhadap loyalitas nasabah. Penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan masukan bagi semua pihak yang membutuhkan.

H. Sistematika Pembahasan

Untuk kemudahan pemahaman dalam penelitian ini, maka disusun sistematika pembahasan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, yang terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, definisi operasional variabel, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika pembahasan.

Bab II Landasan Teori, yang terdiri dari kerangka teori yaitu teori mengenai loyalitas nasabah, *relationship quality* (kualitas hubungan), hubungan *relationship quality* (kualitas hubungan) dengan loyalitas nasabah, penelitian terdahulu, kerangka pikir dan hipotesis.

Bab III Metodologi Penelitian, yang terdiri dari lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, sumber data, instrumen pengumpulan data dan analisis data.

Bab IV Hasil Penelitian, yang terdiri dari gambaran umum PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk, analisis hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian.

Bab V Penutup, yang terdiri dari kesimpulan penelitian dan saran sehubungan dengan hasil penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Loyalitas Nasabah

a. Pengertian Loyalitas Nasabah

Menurut Kasmir dalam buku *Manajemen Perbankan* menyatakan bahwa “Loyalitas artinya kecil kemungkinan nasabah untuk pindah ke bank yang lain dan akan tetap setia menjadi nasabah bank yang bersangkutan.”²⁶

Menurut Syafruddin Chan dalam buku *Relationship Marketing* menyatakan bahwa “Pelanggan yang loyal akan membeli lebih banyak dan lebih sering, juga bertindak seperti penasihat bagi keluarga dan temannya untuk menjadi pelanggan.”²⁷

Menurut Fandy Tjiptono loyalitas pelanggan dapat didefinisikan sebagai “Komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sikap yang positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten.”²⁸

Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa loyalitas nasabah berarti kesetiaan nasabah atau sulit untuk pindah ke bank lain dan penggunaan produk atau jasa bank yang dilakukan secara berulang serta mengajak orang lain untuk menggunakan produk atau jasa bank yang bersangkutan.

²⁶Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hlm. 264.

²⁷Syafruddin Chan, *Relationship Marketing: Inovasi Pemasaran yang Membuat Pelanggan Bertekuk Lutut* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003), hlm. 20.

²⁸Fandy Tjiptono, *Op. Cit.*, hlm. 110.

Loyalitas nasabah kepada bank bisa dilakukan dengan rela dan konsisten pada suatu pilihan dengan mengakui segala macam kontribusi yang telah bank berikan, menjaga nama baik bank dan merekomendasikan kepada orang lain.²⁹ Sebagaimana bagi umat Islam yang beriman, mereka mengakui akan hakikat iman dan hakikat agama tanpa ada dusta. Keimanan inilah yang dimaksud dengan loyalitas hamba kepada Rabb-Nya. Sebagaimana dijelaskan dalam Alquran, Surah *Al-Hujurat* (49) Ayat 15 yang berbunyi:

إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ الَّذِينَ آمَنُوا بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ ثُمَّ لَمْ يَرْتَابُوا
وَجَاهَدُوا بِأَمْوَالِهِمْ وَأَنْفُسِهِمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ ۚ أُولَٰئِكَ هُمُ
الصَّادِقُونَ ﴿١٥﴾

Artinya: Sesungguhnya orang-orang mukmin yang sebenarnya adalah mereka yang beriman kepada Allah dan Rasul-Nya, kemudian mereka tidak ragu-ragu, dan mereka berjihad dengan harta dan jiwanya di jalan Allah. Mereka itulah orang-orang yang benar.³⁰ (QS. *Al-Hujurat*: 15)

Ayat tersebut dapat dikaitkan dengan loyalitas nasabah karena jika nasabah sudah percaya dan setia (loyal) pada bank maka nasabah tidak peduli dengan harga yang diberikan oleh bank. Salah satu faktor yang berpotensi dalam menghasilkan keuntungan dari nasabah yang loyal adalah nasabah tidak begitu sensitif terhadap harga.

²⁹Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis dalam Islam* (Jakarta: Kencana, 2013), hlm. 183.

³⁰Departemen Agama, *Al-Quran Tajwid Warna, Transliterasi Per Kata, Terjemahan Per Kata* (Bekasi: Cipta Bagus Segara, 2014), hlm. 517.

b. Karakteristik Loyalitas

Menurut Jill Griffin dalam buku *Customer Loyalty*, menyatakan karakteristik loyalitas sebagai berikut:

- 1) Melakukan pembelian berulang secara teratur.
- 2) Membeli antar lini produk dan jasa.
- 3) Mereferensikan kepada orang lain.
- 4) Menunjukkan kebalan terhadap tarikan dari pesaing.³¹

c. Jenis-Jenis Loyalitas

Jenis loyalitas yang berbeda muncul bila keterikatan rendah atau tinggi digabung dengan pola pembelian ulang yang rendah atau tinggi. Adapun jenis-jenis loyalitas sebagai berikut:

1) Tanpa Loyalitas

Untuk berbagai alasan, ada beberapa pelanggan tidak mengembangkan loyalitas terhadap produk atau jasa tertentu. Tingkat keterikatannya yang rendah dengan tingkat pembelian berulang yang rendah menunjukkan tidak adanya loyalitas. Secara umum, perusahaan harus menghindari pelanggan seperti ini karena mereka tidak akan pernah menjadi pelanggan yang loyal.

2) Loyalitas Yang Lemah

Loyalitas yang lemah adalah adanya keterikatan yang rendah digabung dengan pembelian berulang yang tinggi. Pelanggan yang memiliki sikap ini biasanya membeli karena

³¹Jill Griffin, *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan* (Jakarta: Erlangga, 2005), hlm. 31.

kebiasaan. Pelanggan dengan loyalitas yang lemah rentan beralih ke produk pesaing yang dapat menunjukkan manfaat yang jelas. Perusahaan masih memiliki kemungkinan untuk mengubah loyalitas lemah ke dalam bentuk loyalitas yang lebih tinggi dengan secara aktif mendekati pelanggan dan meningkatkan diferensiasi positif dibenak pelanggan mengenai produk atau jasa yang ditawarkan dibandingkan dengan produk lain.

3) Loyalitas Tersembunyi

Loyalitas tersembunyi adalah tingkat keterikatan yang relatif tinggi digabung dengan tingkat pembelian berulang yang rendah. Bila pelanggan memiliki loyalitas yang tersembunyi, pengaruh situasi dan bukan pengaruh sikap yang menentukan pembelian berulang.

4) Loyalitas Premium

Loyalitas premium merupakan jenis loyalitas yang paling dapat ditingkatkan, terjadi bila ada tingkat keterikatan yang tinggi dan tingkat pembelian berulang yang juga tinggi. Jenis loyalitas ini lebih disukai untuk semua pelanggan setiap perusahaan. Pada tingkat preferensi yang paling tinggi tersebut, orang bangga karena menemukan dan menggunakan produk

tertentu dan senang membagi pengetahuan dengan rekan dan keluarga.³²

d. Loyalitas dan Siklus Penggunaan Produk

Setiap kali nasabah menggunakan produk, nasabah bergerak melalui lima langkah siklus penggunaan produk, sebagai berikut:

- 1) Langkah pertama menuju loyalitas dimulai dengan kesadaran nasabah akan produk. Pada tahap inilah kita mulai untuk memposisikan ke dalam pikiran calon nasabah bahwa produk atau jasa kita lebih unggul dari pesaing. Pada tahap kesadaran, calon nasabah tahu bahwa kita itu ada, tetapi hanya sedikit keterikatan dengan kita. Pada tahap ini, iklan atau tipu daya pemasaran perusahaan lain dapat merebut nasabah bahkan sebelum kita mulai bertindak.
- 2) Langkah kedua adalah penggunaan produk awal. Penggunaan produk pertama kali merupakan langkah penting dalam memelihara loyalitas. Baik itu dilakukan dengan cara *online* maupun *offline*, penggunaan produk pertama kali merupakan penggunaan percobaan. Bank dapat menanamkan kesan positif atau negatif kepada nasabah dengan produk atau jasa yang diberikan, mudahnya transaksi penggunaan aktual, hubungan dengan karyawan, lingkungan fisik bank, bahkan cara dan

³²*Ibid.*, hlm. 23.

waktu pelayanan. Setelah penggunaan produk pertama ini dilakukan, bank berkesempatan untuk mulai menumbuhkan nasabah yang loyal.

- 3) Langkah ketiga adalah evaluasi pasca penggunaan produk. Setelah penggunaan produk dilakukan, nasabah secara sadar atau tidak sadar akan mengevaluasi manfaat dari penggunaan produk tersebut. Bila nasabah merasa puas, atau ketidakpuasannya tidak terlalu mengecewakan sampai dapat dijadikan dasar pertimbangan beralih ke pesaing.
- 4) Langkah keempat adalah keputusan penggunaan kembali. Komitmen untuk menggunakan kembali merupakan sikap yang paling penting bagi loyalitas bahkan lebih penting dari kepuasan. Tanpa penggunaan berulang maka tidak ada loyalitas. Motivasi untuk penggunaan kembali berasal dari lebih tingginya sikap positif yang ditujukan terhadap produk atau jasa tertentu, dibandingkan sikap positif terhadap produk atau jasa alternatif yang potensial. Keputusan penggunaan kembali seringkali merupakan langkah selanjutnya yang terjadi secara alamiah apabila nasabah telah memiliki ikatan emosional yang kuat dengan produk tertentu.
- 5) Langkah kelima adalah penggunaan kembali. Untuk dapat dianggap benar-benar loyal, nasabah harus terus menggunakan kembali produk dari bank yang sama, mengulangi langkah

ketiga sampai kelima berkali-kali. Pelanggan yang benar-benar loyal menolak pesaing dan menggunakan kembali produk dari bank yang sama kapan saja item itu dibutuhkan. Ini adalah jenis pelanggan yang harus didekati, dilayani dan dipertahankan.³³

e. Tahapan Loyalitas

Loyalitas tumbuh melalui tahapan yang dilalui dalam jangka waktu tertentu. Dengan mengenali setiap tahapan dan memenuhi kebutuhan khusus pada setiap tahapan tersebut, bank mempunyai peluang yang lebih besar untuk mengubah nasabah biasa menjadi nasabah yang loyal. Menurut Jill Griffin, tahapan loyalitas sebagai berikut:

- 1) *Suspect* (tersangka) adalah orang yang mungkin membeli produk atau jasa. Kita menyebutnya tersangka karena kita percaya, atau “menyangka” mereka akan membeli, tetapi kita masih belum cukup yakin.
- 2) Prospek adalah orang yang membutuhkan produk atau jasa dan memiliki kemampuan membeli. Meskipun prospek belum membeli dari anda, ia mungkin telah mendengar tentang anda, membaca tentang anda atau ada seseorang yang merekomendasikan anda kepadanya. Prospek mungkin tahu siapa, di mana, dan apa yang anda jual, tetapi mereka masih belum membeli dari anda.
- 3) Prospek yang diskualifikasi adalah prospek yang telah cukup anda pelajari untuk mengetahui bahwa mereka tidak membutuhkan, atau tidak memiliki kemampuan membeli produk anda.
- 4) Pelanggan pertama kali adalah orang yang telah membeli dari anda satu kali. Orang tersebut bisa jadi merupakan pelanggan anda sekaligus juga pelanggan pesaing anda.

³³*Ibid.*, hlm. 19-20.

- 5) Pelanggan berulang adalah orang yang telah membeli dari anda dua kali atau lebih. Mereka mungkin telah membeli produk yang sama dua kali atau membeli dua produk atau jasa yang berbeda pada dua kesempatan atau lebih.
- 6) Klien adalah orang yang membeli apapun yang anda jual dan dapat ia gunakan. Orang ini membeli secara teratur. Anda memiliki hubungan yang kuat dan berlanjut, yang menjadikannya kebal terhadap tarikan pesaing.
- 7) *Advocate* (penganjur) adalah orang yang membeli apapun yang anda jual dan dapat ia gunakan serta membelinya secara teratur. Tetapi penganjur juga mendorong orang lain untuk membeli dari anda. Ia membicarakan anda, melakukan pemasaran bagi anda, dan membawa pelanggan anda.³⁴

2. *Relationship Quality* (Kualitas Hubungan)

Menurut Wikipedia Bahasa Indonesia yang dikutip dari situs

www.wikipedia.com menyatakan bahwa:

Hubungan (*relationship*) adalah kesinambungan interaksi antara dua orang atau lebih yang memudahkan proses pengenalan satu akan yang lain. Hubungan terjadi dalam setiap proses kehidupan manusia. Hubungan dapat dibedakan menjadi hubungan dengan teman sebaya, orangtua, keluarga dan lingkungan sosial.³⁵

Menurut Goetsch dan Davis dalam buku *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer* menyatakan bahwa “Kualitas sebagai kondisi dinamis berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.”³⁶

Menurut Rhenald Kasali dalam buku *Relationship Marketing* menyatakan bahwa:

³⁴*Ibid.*, hlm. 35.

³⁵Wikipedia Bahasa Indonesia, “Hubungan” www.wikipedia.com, diakses 20 April 2016 pukul 05.25 WIB.

³⁶Fandy Tjiptono, *Op. Cit.*, hlm. 39.

Istilah *relationship quality* (kualitas hubungan) berarti kualitas dipersepsi berdasarkan kehangatan suatu hubungan. Jika *relationship* (hubungan) bagus, maka *perceived quality* (kualitas yang dirasakan) juga tinggi, demikian pula sebaliknya.³⁷

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa *relationship quality* (kualitas hubungan) berarti interaksi antara dua orang atau lebih yang memudahkan proses pengenalan satu akan yang lain berhubungan dengan hal yang dirasakan terhadap produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan.

Kualitas itu sendiri dapat diperoleh dengan membina *relationship* (hubungan) yang baik sehingga *perceived quality* (kualitas yang dirasakan) juga baik. *Perceived quality* (kualitas yang dirasakan) adalah faktor utama dimana orang akan membedakan suatu tempat. Selain terhadap produk atau jasa, kualitas juga diterapkan pada karyawan (*people*), proses (*processes*) dan lingkungan fisik (*environment*) dimana produk atau jasa disediakan.

Dalam perspektif Islam, manusia dianjurkan agar dapat memelihara hubungan dengan baik. Hal ini sebagaimana dijelaskan dalam Alquran, Surah *Al-Nisaa'* (4) Ayat 1 yang berbunyi:

يٰۤاَيُّهَا النَّاسُ اتَّقُوا الَّذِي خَلَقَكُمْ مِنْ نَفْسٍ وَاحِدَةٍ وَخَلَقَ مِنْهَا
 زَوْجَهَا وَبَثَّ مِنْهُمَا رِجَالًا كَثِيرًا وَنِسَاءً ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ الَّذِي تَسَاءَلُونَ بِهِ
 وَالْأَرْحَامَ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ عَلَيْكُمْ رَقِيبًا ﴿١﴾

³⁷Syafruddin Chan, *Op. Cit.*, hlm. x.

Artinya: Wahai manusia, bertakwalah kepada Tuhanmu yang telah menciptakan kamu dari diri yang satu (Adam), dan Allah menciptakan pasangannya (Hawa) dari dirinya; dan dari keduanya Allah memperkembangbiakkan laki-laki dan perempuan yang banyak. Dan bertakwalah kepada Allah yang dengan nama-Nya kamu saling meminta, dan (peliharalah) hubungan silaturahmi. Sesungguhnya Allah selalu menjaga dan mengawasimu.³⁸(QS. *An-Nisaa*': 1)

Dari ayat di atas bahwasanya Allah memerintahkan untuk bertakwa dan memelihara hubungan silaturahmi karena Allah akan selalu menjaga dan mengawasi manusia. Hubungan silaturahmi juga sangat perlu untuk menjaga kelanggengan hubungan dengan nasabah. Dengan silaturahmi, jalinan persaudaraan akan lebih erat sehingga keeratan hubungan lain pun dapat terbina. Silaturahmi menimbulkan dampak psikologis tersendiri, yaitu kedekatan emosional yang lebih terbina dengan baik.³⁹

Dalam dunia perbankan, menjalin hubungan dengan nasabah sering kali membawa keberhasilan, tetapi tidak selalu merupakan suatu strategi terbaik. Bank harus cakap dalam manajemen hubungan dengan nasabah (*customer relationship management*) dengan langkah-langkah yang dilakukan bank untuk mengenal dan melayani nasabah dengan lebih baik agar dapat menarik dan mempertahankan nasabah untuk menciptakan loyalitas nasabah yang tinggi.⁴⁰ Kesuksesan menjalin hubungan dengan nasabah dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti:

³⁸Departemen Agama, *Op.Cit.*, hlm. 77.

³⁹Herry Sutanto dan Khaerul Umam, *Manajaemen Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Pustaka Setia, 2013), hlm. 301-302.

⁴⁰*Ibid.*, hlm. 235.

kepercayaan, kepuasan, persepsi, komunikasi dan ikatan sosial atau persahabatan.⁴¹

a. Kepercayaan

Menurut Philip Kotler dan A.B. Susanto dalam buku *Manajemen Pemasaran di Indonesia* menyatakan bahwa “Kepercayaan adalah pikiran deskriptif yang dianut seseorang mengenai suatu hal.”⁴²

Menurut Leon G. Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk dalam buku *Perilaku Konsumen* menyatakan bahwa “Kepercayaan adalah pernyataan dalam batin atau lisan yang menggambarkan pengetahuan dan penilaian seseorang mengenai suatu gagasan atau hal.”⁴³

Menurut M. Nur Rianto Al Arif dalam buku *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* menyatakan bahwa:

Menimbulkan kepercayaan akan memberikan keyakinan kepada nasabah akan kesenangannya menggunakan fasilitas dan pelayanan yang diberikan, sehingga nasabah semakin percaya kepada bank dan produk yang dibelinya. Apabila seorang nasabah yakin bahwa produk perbankan yang dibelinya berkualitas tinggi, maka ia akan semakin percaya kepada bank tersebut.⁴⁴

Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepercayaan nasabah adalah pernyataan dalam batin atau lisan mengenai suatu gagasan

⁴¹Fandy Tjiptono. *Loc. Cit.*

⁴²Philip Kotler dan A.B. Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia* (Jakarta: Salemba Empat, 1999), hlm. 243.

⁴³Leon G. Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: Indeks, 2004), hlm. G6.

⁴⁴M. Nur Rianto Al Arif, *Op. Cit.*, hlm. 141.

atau hal serta tingkat perasaan yang meliputi rasa aman yang dirasakan nasabah dan keinginan untuk mempercayakan transaksi pada bank tersebut.

Dalam dunia perbankan faktor kepercayaan merupakan faktor utama dalam meningkatkan dana pihak ketiga, apabila bank sudah tidak mendapatkan kepercayaan maka akan banyak nasabah pada saat bersamaan menarik dananya dari bank tersebut.

b. Kepuasan

Menurut Kotler dalam buku Manajemen Pemasaran Jasa menyatakan bahwa “Kepuasan merupakan tingkat perasaan di mana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk/jasa yang diterima dan yang diharapkan.”⁴⁵

Menurut Engel dalam buku Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah menyatakan bahwa:

Kepuasan pelanggan adalah evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan.⁴⁶

Menurut Kasmir dalam buku Pemasaran Bank menyatakan bahwa “Kepuasan nasabah yang diberikan bank akan berimbas sangat luas bagi peningkatan keuntungan bank.”⁴⁷

⁴⁵Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik* (Jakarta: Salemba Empat, 2001), hlm. 158.

⁴⁶M. Nur Rianto Al Arif, *Op. Cit.*, hlm. 193.

⁴⁷Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana, 2010), hlm. 162.

Dari pengertian di atas dapat diambil kesimpulan bahwa kepuasan nasabah berarti tingkat perasaan nasabah setelah membandingkan apa yang telah nasabah terima dengan apa yang nasabah harapkan.

Adanya kepuasan sangat penting dalam suatu hubungan antara pihak bank dengan nasabah. Jika pembelian yang dilakukan nasabah mampu memberi kepuasan, maka di masa datang akan terjadi pembelian ulang. Bahkan nasabah yang puas akan menyampaikan rasa kepuasannya kepada orang lain atau memberikan rekomendasi.

c. Persepsi

Menurut Leon G. Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk dalam buku *Perilaku Konsumen* menyatakan bahwa “Persepsi didefinisikan sebagai proses yang dilakukan individu untuk memilih, mengatur dan menafsirkan stimulasi ke dalam gambar yang berarti dan masuk akal mengenai dunia.”⁴⁸

Menurut Philip Kotler dan A.B. Susanto dalam buku *Manajemen Pemasaran di Indonesia* menyatakan bahwa:

Persepsi didefinisikan sebagai proses bagaimana seseorang menyeleksi, mengatur dan menginterpretasikan masukan-masukan informasi untuk menciptakan gambaran keseluruhan yang berarti. Persepsi tidak hanya tergantung pada stimuli fisik tetapi juga pada stimuli yang berhubungan dengan lingkungan sekitar dan keadaan individu tersebut.⁴⁹

⁴⁸Leon G. Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk, *Op. Cit.*, hlm. 137.

⁴⁹Philip Kotler dan A.B. Susanto, *Op. Cit.*, hlm. 241.

Menurut Stephen P. Robbins dan Timothy A. Judge dalam buku yang berjudul *Perilaku Organisasi* menyatakan bahwa “Persepsi (*perception*) adalah proses dimana individu mengatur dan menginterpretasikan kesan-kesan sensoris mereka guna memberikan arti bagi lingkungan mereka.”⁵⁰

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa persepsi nasabah berarti proses bagaimana nasabah menilai secara menyeluruh manfaat atau keunggulan yang diperoleh dari produk atau jasa.

d. Komunikasi

Menurut Stephen P. Robbins dan Mary Coulter dalam buku *Manajemen* menyatakan bahwa “Komunikasi adalah penyampaian dan pemahaman suatu maksud.”⁵¹

Menurut Ernie Tisnawati Sule dan Kurniawan Saefullah dalam buku *Pengantar Manajemen* menyatakan bahwa:

Komunikasi adalah proses di mana seseorang berusaha untuk memberikan pengertian atau pesan kepada orang lain melalui pesan simbolis. Komunikasi bisa dilakukan secara langsung maupun tidak langsung dengan menggunakan berbagai media komunikasi yang tersedia. Komunikasi langsung berarti komunikasi disampaikan tanpa penggunaan mediator atau perantara sedangkan komunikasi tidak langsung berarti sebaliknya.”⁵²

⁵⁰Stephen P. Robbins dan Timothy A. Judge, *Perilaku Organisasi* (Jakarta: Salemba Empat, 2009), hlm. 175.

⁵¹Stephen P. Robbins dan Marry Coulter, *Manajemen* (Jakarta: Indeks, 2009), hlm. 311.

⁵²Ernie Tisnawati Sule dan Kurniawan Saefullah, *Pengantar Manajemen* (Jakarta: Kencana, 2012), hlm. 295-296.

Menurut Yosol Iriantara dalam buku Komunikasi Bisnis menyatakan bahwa:

Proses komunikasi melibatkan komunikator yang menyatakan gagasan dan perasaan yang diubah menjadi pesan yang disampaikan kepada komunikan yang menerima pesan dan diikuti reaksi umpan-balik yang disampaikan komunikan kepada komunikator.⁵³

Dari pengertian di atas dapat diambil kesimpulan bahwa komunikasi berarti proses menyampaikan pesan atau informasi baik secara langsung maupun tidak langsung yang dapat menarik dan mempengaruhi perhatian penerima pesan atau informasi serta adanya umpan balik dalam proses komunikasi yang berguna bagi kedua belah pihak.

Pihak bank harus mampu berkomunikasi dengan nasabah, untuk bisa berkomunikasi secara efektif pihak bank merancang program-program promosi yang menarik, memiliki karyawan yang bersikap ramah dan mampu memberikan informasi yang jelas. Karyawan harus dapat menjadi seorang komunikator yang handal agar mampu menyampaikan pesan kepada nasabah secara jelas dan lugas serta mampu menarik nasabah untuk mencari informasi tambahan seputar pesan yang disampaikan.⁵⁴

e. Ikatan Sosial atau Persahabatan

Menurut Wikipedia Bahasa Indonesia yang dikutip dari situs www.wikipedia.com menyatakan bahwa “Persahabatan

⁵³Yosol Iriantara, dkk., *Op. Cit.*, hlm. 3.

⁵⁴M. Nur Rianto Al Arif, *Op. Cit.*, hlm. 170.

adalah istilah yang menggambarkan perilaku kerja sama dan saling mendukung antara dua atau lebih entitas sosial.”⁵⁵

Ikatan sosial atau persahabatan akan membangun hubungan yang lebih kuat dengan nasabah. Ikatan sosial atau persahabatan adalah hal yang timbul akibat interaksi antara pihak bank dengan nasabah. Melalui ikatan ini bank berusaha memuaskan nasabah dan selalu melakukan yang terbaik demi kepentingan nasabah dan masyarakat untuk jangka panjang.⁵⁶

Dari pernyataan di atas dapat diambil kesimpulan bahwa ikatan sosial atau persahabatan adalah hal yang timbul akibat interaksi antara pihak bank dengan nasabah sehingga dapat menarik dan mempertahankan nasabah menjadi loyal.

3. Hubungan *Relationship Quality* (Kualitas Hubungan) dengan Loyalitas Nasabah

a. Kepercayaan dengan Loyalitas

Menurut Tatang Kusmayadi dalam penelitiannya menyatakan bahwa:

Adanya pengaruh yang signifikan dari kepercayaan terhadap loyalitas. Semakin baik kepercayaan dipersepsikan oleh responden dalam hal ini nasabah tabungan BNI, maka semakin tinggi pula loyalitas dari nasabah tersebut.⁵⁷

⁵⁵Wikipedia Bahasa Indonesia, “Persahabatan” www.wikipedia.com, diakses 20 April 2016 pukul 08.51 WIB.

⁵⁶Arif Nur Rahmanudin, *Op. Cit.*, hlm. 15.

⁵⁷Tatang Kusmayadi, “Pengaruh *Relationship Quality* Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan” (Skripsi, STIE STAN Indonesia Mandiri, 2007), hlm. 13.

Faris Mujaddid Adi Nugroho dalam penelitiannya menyatakan bahwa “Kepercayaan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan minimarket Indomaret.”⁵⁸

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa faktor kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas sehingga adanya kepercayaan dari nasabah sangat penting untuk mempengaruhi loyalitas nasabah terhadap bank.

b. Kepuasan dengan Loyalitas

Anggoro Danang Setyanto dalam penelitiannya menyatakan bahwa:

Kepuasan mempunyai pengaruh langsung dan positif terhadap loyalitas. Hal ini mengindikasikan bahwa peningkatan kepuasan mengakibatkan meningkatnya loyalitas atau dengan kata lain semakin tinggi kepuasan maka loyalitas juga semakin tinggi.⁵⁹

Astri Dhiah Maharani dalam penelitiannya menyatakan bahwa “Variabel kepuasan nasabah memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas nasabah.”⁶⁰

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa untuk dapat meningkatkan loyalitas nasabah perlu untuk meningkatkan

⁵⁸Faris Mujaddid Adi Nugroho, “Pengaruh Kepercayaan Pelanggan, Komitmen Pelanggan dan Komunikasi *Word Of Mouth* Terhadap Loyalitas Pelanggan Minimarket” (Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta, 2015), hlm. 77.

⁵⁹Anggoro Danang Setyanto, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan dan Komplain (Studi Kasus Pada Nasabah Asuransi Jiwa di AJB Bumiputera 1912 Kantor Cabang Magelang)” (Skripsi, Universitas Sebelas Maret Surakarta, 2010), hlm. 69-70.

⁶⁰Astri Dhiah Maharani, *Op. Cit.*, hlm. 82.

kepuasan nasabah. Jika kepuasan nasabah sudah terpenuhi akan mempengaruhi nasabah menjadi loyal.

c. Persepsi dengan Loyalitas

Surya Darma Putra Panjaitan dalam penelitiannya menyatakan bahwa:

Adanya pengaruh yang positif dan signifikan dari *relationship quality* yang terdiri dari variabel kepercayaan, kepuasan, persepsi, komunikasi dan ikatan sosial/persahabatan terhadap loyalitas nasabah.⁶¹

Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang pihak bank sebagai penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang nasabah. Persepsi terhadap pelayanan yang telah diterima individu dimana masing-masing individu memiliki persepsi yang berbeda-beda karena mereka menerima, mengorganisasikan dan menerjemahkan informasi dengan cara yang berbeda-beda.

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa untuk dapat meningkatkan loyalitas nasabah perlu untuk meningkatkan kualitas hubungan (*relationship quality*). Salah satu faktor dari kualitas hubungan yaitu adanya persepsi. Jadi, persepsi nasabah yang baik terhadap bank dapat berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

⁶¹Surya Darma Putra Panjaitan, *Op. Cit.*, hlm. 69.

d. Komunikasi dengan Loyalitas

Faris Mujaddid Adi Nugroho dalam penelitiannya menyatakan bahwa “Komunikasi *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan minimarket Indomaret.”⁶²

Nadira Artantie dalam penelitiannya juga menyatakan bahwa:

PD. BPR Tugu Artha Malang harus mampu untuk selalu menjalin komunikasi yang baik dengan para nasabahnya. Dengan begitu nasabah akan merasa dekat, sehingga dapat meningkatkan keyakinan nasabah dan akan meningkatkan kesetiaan nasabah.⁶³

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa komunikasi mempunyai pengaruh terhadap loyalitas. Jadi, komunikasi yang terjalin baik antara pihak bank dengan nasabah mempunyai pengaruh terhadap loyalitas nasabah.

e. Ikatan Sosial atau Persahabatan dengan Loyalitas

Elfaida Rizki dalam penelitiannya menyatakan bahwa “Kualitas pelayanan dan hubungan emosional mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.”⁶⁴

Wibowo dalam penelitiannya juga menyatakan bahwa:

⁶²Faris Mujaddid Adi Nugroho *Op. Cit.*, hlm. 78.

⁶³Nadira Artantie, “Pengaruh Komunikasi, Kepercayaan, Komitmen dan Penyelesaian Masalah Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Nasabah Debitur PD. BPR Tugu Artha Malang)” (Skripsi, Universitas Brawijaya, 2014), hlm. 18.

⁶⁴Elfaida Rizki, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Hubungan Emosional Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Pematangsiantar” (Skripsi, Universitas Sumatera Utara, 2015), hlm. 88.

Variabel kepercayaan, kepuasan, persepsi pelanggan, komunikasi dan ikatan sosial secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Mitra Jaya. Faktor yang paling dominan mempengaruhi kesetiaan pelanggan ialah ikatan sosial atau persahabatan.⁶⁵

Dari pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa faktor ikatan sosial atau persahabatan mempunyai pengaruh terhadap loyalitas, sehingga penting untuk menjalin ikatan sosial atau persahabatan dengan pelanggan maupun nasabah.

B. Penelitian Terdahulu

Untuk menguatkan penelitian ini maka peneliti mengambil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan judul peneliti dalam penelitian ini, yaitu:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
1	Egha Ezar Junaeka Putra Hassany (Skripsi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2013)	Pengaruh <i>Relationship</i> <i>Quality</i> Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Bank BNI Syariah Yogyakarta)	X ₁ →Kepercayaan X ₂ →Komitmen X ₃ →Kepuasan X ₄ →Komunikasi Y→Loyalitas Nasabah	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>relationship quality</i> berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas nasabah. Secara parsial, <i>relationship quality</i> yang terdiri dari kepercayaan, komitmen, kepuasan dan komunikasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

⁶⁵Surya Darma Putra Panjaitan, *Op. Cit.*, hlm. 18.

2	Sumaryatun (E-Jurnal Manajemen dan Bisnis, Univeristas Muhammadiyah Purworejo, 2014)	Pengaruh <i>Relationship Quality</i> Pada Loyalitas Nasabah (Survei Pada PD. BPR Bank Purworejo)	X ₁ →Kepercayaan X ₂ → Kepuasan X ₃ → Komitmen Y→Loyalitas Nasabah	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan variabel kepercayaan, kepuasan, komitmen berpengaruh positif dan signifikan pada loyalitas nasabah PD. BPR Bank Purworejo.
3	Sri Wahyuni (Skripsi, Universitas Sumatera Utara, 2010)	Pengaruh <i>Relationship Quality</i> Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank CIMB Niaga, Tbk Medan	X ₁ →Kepercayaan X ₂ →Kepuasan X ₃ →Persepsi X ₄ →Komunikasi X ₅ →Ikatan Sosial Y→Loyalitas Nasabah	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara serentak variabel <i>relationship quality</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Secara parsial variabel kepercayaan dan ikatan sosial atau persahabatan merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi loyalitas nasabah pada PT. Bank CIMB Niaga, Tbk Medan. Sedangkan variabel persepsi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah.
4	Firmansyah (Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2008)	Faktor-Faktor Yang Berhubungan Dengan Loyalitas Nasabah Bank Syariah (Studi	X ₁ →Syariah X ₂ →Produk X ₃ →Harga X ₄ →Sumber Daya Manusia X ₅ →Promosi Y→Loyalitas	Hasil penelitian menunjukkan berdasarkan hasil perhitungan dengan analisis korelasi <i>rank spearman</i> dan uji hipotesis bahwa

		Pada Nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Kalimalang)	Nasabah	faktor syariah, produk, harga, sumber daya manusia, promosi memiliki hubungan yang signifikan terhadap loyalitas nasabah.
5	Gina Nadiya Suary (Skripsi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2014)	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Tabungan di Perbankan Syariah Yogyakarta (Studi Kasus Pada BNI Syariah Cabang Yogyakarta)	X ₁ →Promosi X ₂ →Produk X ₃ →Nisbah Bagi Hasil X ₄ →Citra Perusahaan X ₅ →Kualitas Pelayanan X ₆ →Kepuasan Y→Loyalitas Nasabah	Berdasarkan analisis kuantitatif diperoleh data bahwa variabel promosi, nisbah bagi hasil, citra perusahaan, kualitas pelayanan, kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah di Bank BNI Syariah kantor cabang Yogyakarta dan variabel produk tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di Bank BNI Syariah kantor cabang Yogyakarta.

Perbedaan dan persamaanya dengan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Egha Ezar Junaeka Putra Hassany membahas tentang pengaruh *relationship quality* (X) terhadap loyalitas nasabah (Y) dimana variabel *relationship quality* terdiri dari faktor kepercayaan, komitmen, kepuasan, komunikasi saja. Sedangkan peneliti membahas tentang pengaruh *relationship quality* terhadap loyalitas nasabah dimana variabel *relationship quality* terdiri dari faktor kepercayaan, kepuasan,

persepsi, komunikasi, ikatan sosial atau persahabatan. Persamaannya adalah sama-sama menggunakan analisis regresi berganda dan menggunakan variabel kepercayaan, kepuasan, komunikasi untuk mengetahui pengaruhnya terhadap loyalitas nasabah.

2. Sumaryatun membahas tentang pengaruh *relationship quality* pada loyalitas nasabah dimana variabel *relationship quality* terdiri dari kepercayaan, kepuasan, komitmen saja. Sedangkan peneliti membahas tentang pengaruh *relationship quality* terhadap loyalitas nasabah dimana variabel *relationship quality* terdiri dari faktor kepercayaan, kepuasan, persepsi, komunikasi, ikatan sosial atau persahabatan. Persamaannya adalah sama-sama menggunakan analisis regresi berganda dan menggunakan variabel kepercayaan, kepuasan untuk mengetahui pengaruhnya terhadap loyalitas nasabah.
3. Sri Wahyuni membahas tentang pengaruh *relationship quality* pada loyalitas nasabah dengan menggunakan SPSS versi 14 sedangkan peneliti menggunakan SPSS versi 23. Persamaannya membahas tentang pengaruh *relationship quality* terhadap loyalitas nasabah dimana variabel *relationship quality* terdiri dari faktor kepercayaan, kepuasan, persepsi, komunikasi, ikatan sosial atau persahabatan.
4. Firmansyah membahas tentang faktor-faktor yang berhubungan dengan loyalitas nasabah bank syariah yang terdiri dari faktor syariah, produk, harga, sumber daya manusia dan promosi dengan menggunakan analisis korelasi *rank spearman* sedangkan peneliti

membahas pengaruh *relationship quality* terhadap loyalitas nasabah dengan menggunakan analisis regresi berganda. Persamaannya adalah sama-sama menggunakan variabel loyalitas.

5. Gina Nadiya Suary membahas tentang faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah tabungan di perbankan syariah Yogyakarta yang terdiri dari faktor promosi, produk, nisbah bagi hasil, citra perusahaan, kualitas pelayanan, kepuasan dengan menggunakan SPSS versi 13. Sedangkan peneliti membahas pengaruh *relationship quality* pada loyalitas nasabah dengan menggunakan SPSS versi 23. Persamaannya adalah sama-sama menggunakan variabel loyalitas dan analisis regresi berganda.

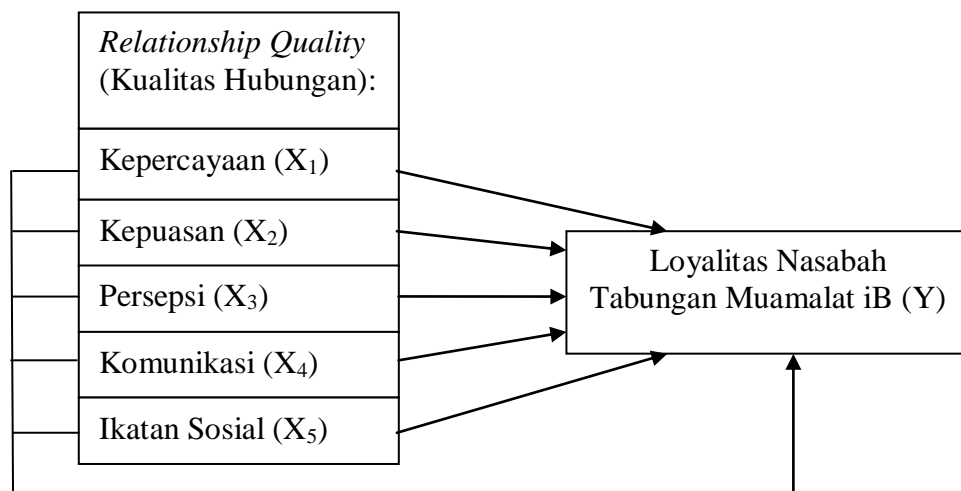
C. Kerangka Pikir

Dalam dunia perbankan, menjalin hubungan dengan nasabah sering kali membawa keberhasilan. Bank harus cakap dalam manajemen hubungan dengan nasabah dengan langkah-langkah yang dilakukan bank untuk mengenal dan melayani nasabah dengan lebih baik agar dapat menarik dan mempertahankan nasabah untuk menciptakan loyalitas nasabah yang tinggi. Kesuksesan menjalin hubungan dengan nasabah dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti: kepercayaan, kepuasan, persepsi, komunikasi dan ikatan sosial atau persahabatan.

Oleh karena itu dalam penelitian ini perlu dikaji dan diteliti apakah *relationship quality* (kualitas hubungan) yang terdiri dari kepercayaan, kepuasan, persepsi, komunikasi dan ikatan sosial atau persahabatan

mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah tabungan Muamalat iB pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan baik secara parsial maupun simultan. Maka peneliti membuat sebuah kerangka pikir sebagai berikut:

Gambar 2.1 Kerangka Pikir



D. Hipotesis

Hipotesis adalah suatu penjelasan sementara tentang perilaku, fenomena atau keadaan tertentu yang telah terjadi atau akan terjadi. Hipotesis merupakan pernyataan peneliti tentang hubungan antara variabel-variabel dalam penelitian serta merupakan pernyataan yang paling spesifik. Peneliti bukannya bertahan kepada hipotesis yang telah disusun, melainkan mengumpulkan data untuk mendukung atau justru menolak hipotesis tersebut. Dengan kata lain, hipotesis merupakan jawaban sementara yang disusun oleh peneliti yang kemudian akan diuji kebenarannya melalui penelitian yang dilakukan. Adapun rumusan hipotesis dalam penelitian ini adalah:

- Ha₁ = Terdapat pengaruh yang signifikan antara kepercayaan terhadap loyalitas nasabah tabungan Muamalat iB pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.
- Ha₂ = Terdapat pengaruh yang signifikan antara kepuasan terhadap loyalitas nasabah tabungan Muamalat iB pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.
- Ha₃ = Terdapat pengaruh yang signifikan antara persepsi terhadap loyalitas nasabah tabungan Muamalat iB pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.
- Ha₄ = Terdapat pengaruh yang signifikan antara komunikasi terhadap loyalitas nasabah tabungan Muamalat iB pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.
- Ha₅ = Terdapat pengaruh yang signifikan antara ikatan sosial atau persahabatan terhadap loyalitas nasabah tabungan Muamalat iB pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.
- Ha₆ = Terdapat pengaruh yang signifikan antara *relationship quality* yang terdiri dari kepercayaan, kepuasan, persepsi, komunikasi dan ikatan sosial atau persahabatan terhadap loyalitas nasabah tabungan Muamalat iB pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan yang berlokasi di Jalan Gatot Subroto No. 08. Waktu penelitian ini dilakukan dari 30 Mei 2016 sampai dengan 10 Juni 2016.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan.⁶⁶ Menurut Abdurrahmat Fathoni “penelitian kuantitatif adalah metode ilmiah yang mempunyai dukungan pencapaian validitas yang tinggi reliabilitasnya.”⁶⁷

Penelitian kuantitatif ini adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menemukan keterangan mengenai pengaruh *relationship quality* (kualitas hubungan) terhadap loyalitas nasabah tabungan Muamalat iB, variabel X dalam penelitian ini adalah *relationship quality* (kualitas hubungan) sedangkan yang menjadi variabel Y adalah loyalitas nasabah tabungan Muamalat iB.

⁶⁶Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2005), hlm. 13.

⁶⁷Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi* (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), hlm. 60.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Suliyanto “populasi merupakan keseluruhan subjek yang karakteristiknya hendak diteliti.”⁶⁸ Kemudian menurut Sudarwan Danim “populasi adalah *universum*, dimana *universum* itu dapat berupa orang, wilayah, atau benda yang ingin diketahui oleh peneliti.”⁶⁹ Jadi, dapat disimpulkan bahwa populasi adalah keseluruhan subjek yang akan menjadi sumber data penelitian.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah aktif yang menggunakan tabungan Muamalat iB di PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan sampai dengan tahun 2015 dengan jumlah keseluruhan 1865 nasabah, seperti terlihat dalam tabel berikut ini:

Tabel 3.1
Populasi Penelitian

Nasabah Aktif Tabungan Muamalat iB	Jenis Kelamin	
	Laki-laki	Perempuan
1865 Nasabah	675 Nasabah	1190 Nasabah

Sumber: PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan

2. Sampel

Menurut Mudrajad Kuncoro “sampel adalah suatu himpunan bagian (*subset*) dari unit populasi.”⁷⁰ Menurut Suharsimi Arikunto

⁶⁸Suliyanto, *Metode Riset Bisnis* (Yogyakarta: Andi, 2009), hlm. 96.

⁶⁹Sudarwan Danim, *Metode Penelitian Untuk Ilmu-Ilmu Perilaku* (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), hlm. 87.

⁷⁰Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2013), hlm. 122.

“sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti.”⁷¹ Jadi, sampel adalah bagian dari populasi yang diharapkan dapat mewakili populasi penelitian.

Ukuran pengambilan sampel yang dilakukan adalah menggunakan rumus dari Slovin sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

Sehingga jumlah sampel yang diperoleh dengan ketentuan yang digunakan e = 10%, adalah:

$$n = \frac{1865}{1 + 1865 (0,1^2)}$$

n = 94,91 dibulatkan menjadi 95.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *stratified random sampling*. Menurut Juliansyah Noor, *stratified random sampling* adalah:

Teknik membantu menaksir parameter populasi, mungkin terdapat subkelompok elemen yang bisa diidentifikasi dalam populasi yang dapat diperkirakan memiliki parameter yang berbeda pada suatu variabel yang diteliti.⁷²

⁷¹Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), hlm. 174.

⁷²Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah* (Jakarta: Kencana, 2012), hlm. 151.

Maka jumlah responden yang akan diambil adalah 95 responden dengan ketentuan sebagai berikut:

$$\text{Responden laki-laki} = \frac{675}{1865} \times 95 = 34,38 \text{ dibulatkan menjadi } 34.$$

$$\text{Responden perempuan} = \frac{1190}{1865} \times 95 = 60,61 \text{ dibulatkan menjadi } 61.$$

Responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini dapat dilihat pada lampiran penelitian.

D. Sumber Data

Sumber data penelitian ini terdiri dari dua sumber yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari subjek penelitian sebagai informasi. Untuk penelitian ini data primer bersumber dari nasabah tabungan Muamalat iB pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan mengenai loyalitas mereka menggunakan tabungan Muamalat iB.
2. Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari subjek penelitian sebagai informasi. Untuk penelitian ini data sekunder diperoleh dari PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan, jurnal, skripsi dan buku-buku yang relevan.

E. Instrumen pengumpulan data

Instrumen adalah suatu alat yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data. Adapun instrumen pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Kuesioner

Menurut Husein Umar “teknik angket (kuesioner) merupakan suatu pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan memberikan respon atas pertanyaan tersebut.”⁷³ Menurut Bambang Prasetyo “kuesioner merupakan daftar pertanyaan yang mengukur variabel-variabel, hubungan diantara variabel yang ada, atau juga pengalaman atau opini dari responden.”⁷⁴ Jadi, kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah model tertutup. Kuesioner tertutup adalah kuesioner yang disajikan dalam bentuk sedemikian rupa sehingga responden hanya memberikan tanda centang (√) pada kolom atau tempat yang sesuai.⁷⁵ Untuk skala pengukuran data yang digunakan dalam penelitian ini adalah yaitu skala *likert*. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi sangat positif sampai dengan negatif yang berupa kata-kata dan untuk keperluan analisis kuantitatif. Pertanyaan atau pernyataan ini akan menghasilkan skor bagi tiap-tiap sampel yang mewakili setiap nilai skor.

⁷³Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hlm. 49.

⁷⁴Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 143.

⁷⁵Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian* (Jakarta : Rineka Cipta, 2010), hlm. 103.

Tabel 3.2
Penetapan Skor Alternatif Atas Jawaban Kuesioner

Skor Sifat Pernyataan	Kategori Jawaban
5	Sangat Setuju (SS)
4	Setuju (S)
3	Ragu-Ragu (RR)
2	Tidak Setuju (TS)
1	Sangat Tidak Setuju (STS)

Adapun indikator mengenai *relationship quality* yang terdiri dari kepercayaan, kepuasan, persepsi, komunikasi, ikatan sosial atau persahabatan dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.3
Kisi-Kisi Kuesioner Tentang *Relationship Quality*

No	Variabel X	Indikator	Nomor Pertanyaan
1	Kepercayaan (X ₁)	a. Kehandalan. b. Kejujuran. c. Kepedulian. d. Kredibilitas.	2 3 4 1,5,6
2	Kepuasan (X ₂)	a. Pelayanan. b. Kemudahan. c. Kenyamanan. d. Ketelitian.	1,6 2 3 4,5
3	Persepsi (X ₃)	a. Pelayanan yang tanggap. b. Pelayanan yang cepat.	1,3,6 2,4,5
4	Komunikasi (X ₄)	a. Keterbukaan. b. Sikap mendukung dan positif. c. Empati. d. Kesetaraan.	1 2,3,4 5 6
5	Ikatan Sosial atau Persahabatan (X ₅)	a. Memberikan perhatian secara personal dan penuh kepada nasabah. b. Bersikap sangat bersahabat.	1,2,5 3,4,6

Indikator mengenai loyalitas nasabah dapat pula dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.4
Kisi-Kisi Kuesioner Tentang Loyalitas Nasabah

No	Variabel Y	Indikator	Nomor Pertanyaan
1	Loyalitas Nasabah	a. Transaksi Berulang. b. Menggunakan produk/jasa lain. c. Rekomendasi kepada orang lain. d. Kebal terhadap pesaing.	1 2,3 4 5,6

2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan yang sudah berlaku, bisa dalam bentuk tulisan, gambar atau karya seni dari seseorang. Dokumen dapat berbentuk tulisan, misalnya catatan harian, sejarah kehidupan, peraturan dan lain-lain. Dokumentasi dilakukan untuk membuktikan bahwa penelitian ini benar-benar dilaksanakan dengan menyebarkan kuesioner kepada nasabah.

F. Analisis Data

Setelah data terkumpul dari hasil pengumpulan data, maka akan dilakukan analisis data atau pengolahan data. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan program *Statistical Product and Service Solution* atau SPSS versi 23 sebagai berikut:

1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Suatu skala pengukuran disebut valid bila melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur. Bila skala pengukuran tidak valid maka tidak bermanfaat bagi peneliti karena tidak mengukur atau melakukan apa yang seharusnya

dilakukan.⁷⁶ Hasil validitas dari setiap pertanyaan dalam kuesioner dapat dilihat pada besarnya angka yang terdapat pada kolom *corrected item total correlation*. Dasar pengambilan keputusan:⁷⁷

Jika r_{hitung} positif serta $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka variabel tersebut valid.

Jika r_{hitung} positif serta $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka variabel tersebut tidak valid.

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ tetapi bertanda negatif, maka variabel tersebut tidak valid.

Reliabilitas menunjukkan konsistensi dan stabilitas dari suatu skor (skala pengukuran). Reliabilitas berbeda dengan validitas karena yang pertama memusatkan perhatian pada masalah konsistensi, sedang yang kedua lebih memperhatikan masalah ketepatan.⁷⁸ Pada program SPSS, metode yang digunakan dalam pengujian reliabilitas ini dengan menggunakan metode *alpha cronbach's* yang dimana kuesioner dianggap reliabel apabila *cronbach's alpha* $> 0,600$.

2. Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi.⁷⁹ Termasuk dalam statistik deskriptif antara lain penyajian data berupa *mean*, *standard deviation*, minimum, maksimum dan lain-lain.

⁷⁶Mudrajad Kuncoro, *Op. Cit.*, hlm. 172.

⁷⁷*Ibid.*, hlm. 181.

⁷⁸*Ibid.*, hlm. 175.

⁷⁹Sugiyono, *Op. Cit.*, hlm. 142.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menyelidiki apakah data yang dikumpulkan mengikuti dugaan normal atau tidak. Untuk melakukan uji normalitas dapat dilakukan dengan pengujian sebagai berikut:

a) Pendekatan Grafik Histogram

Data yang baik adalah data yang mempunyai pola distribusi normal yakni distribusi data tersebut tidak menceng ke kiri atau ke kanan pada grafik histogram.⁸⁰

b) Metode Grafik *Normal P-P Plot Of Regression Standardized Residual*

Penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik *Normal P-P Plot Of Regression Standardized Residual* sebagai dasar pengambilan keputusannya adalah jika titik-titik menyebar disekitar garis dan mengikuti garis diagonal maka nilai residual tersebut telah normal.⁸¹

4. Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak. Data yang baik seharusnya terdapat hubungan yang linier antara variabel independen

⁸⁰Syafrizal Helmi Situmorang, dkk., *Analisis Data Penelitian: Menggunakan Program SPSS* (Medan: USU Pers, 2008), hlm. 55.

⁸¹Duwi Priyatno, *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2012), hlm. 144.

dengan variabel dependen.⁸² Jika nilai Sig. > 0,1 maka dinyatakan linier sedangkan jika nilai Sig. < 0,1 maka dinyatakan tidak linier.

5. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas, yaitu adanya hubungan linear antara variabel independen dalam model regresi. Prasyarat yang harus dipenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya multikolinearitas. Suatu model regresi dinyatakan bebas dari multikolinearitas adalah jika nilai *tolerance* > 0,1 dan nilai VIF < 10.⁸³

b) Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah keadaan dimana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan cara melihat grafik *scatterplot* dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebur kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas.

⁸²Sugiyono dan Agus Susanto, *Cara Mudah Belajar SPSS dan Lisrel* (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 324.

⁸³Duwi Priyatno, *Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2012), hlm. 93.

- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.⁸⁴

6. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda yaitu suatu model dimana variabel terikat tergantung pada dua atau lebih variabel yang bebas. Analisis regresi linier berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independen dua atau lebih.⁸⁵ Adapun regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *relationship quality* (kualitas hubungan) yang terdiri dari faktor kepercayaan (X_1), kepuasan (X_2), persepsi (X_3), komunikasi (X_4) dan ikatan sosial/persahabatan (X_5) terhadap loyalitas nasabah tabungan Muamalat iB (Y).

Bentuk persamaan analisis regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

$$Lyls = \alpha + b_1Kpn + b_2Kps + b_3Psp + b_4Kmk + b_5Iks + e$$

Keterangan:

Lyls	= Loyalitas
α	= Konstanta
b_1, b_2, b_3, b_4, b_5	= Koefisien regresi linear berganda
Kpn	= Kepercayaan
Kps	= Kepuasan
Psp	= Persepsi

⁸⁴Duwi Priyatno, *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*, Op. Cit., hlm. 165.

⁸⁵Sugiyono dan Agus Susanto, *Op. Cit.*, hlm. 303.

Kmk	= Komunikasi
Iks	= Ikatan sosial/persahabatan
e	= <i>Standard error term</i>

7. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah di antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Secara umum, koefisien determinasi untuk data silang tempat relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi tinggi. Oleh karena itu, banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai *Adjusted R²* pada saat mengevaluasi model regresi yang terbaik.⁸⁶

Adjusted R Square adalah nilai *R Square* yang telah disesuaikan, nilai ini selalu lebih kecil dari *R Square* dan angka ini bisa memiliki harga negatif. Untuk regresi dengan lebih dari dua variabel bebas digunakan *Adjusted R²* sebagai koefisien determinasi.⁸⁷

⁸⁶Mudrajad Kuncoro, *Op. Cit.*, hlm. 246-247.

⁸⁷Duwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS* (Yogyakarta: Mediakom, 2008), hlm.

8. Uji Hipotesis

a. Uji t (Uji Parsial)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat.⁸⁸ Ketentuan dalam uji t adalah: jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak sedangkan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima dan jika nilai Sig. $< 0,1$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

b. Uji F (Uji Simultan)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat.⁸⁹ Ketentuan dalam uji F adalah: jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak sedangkan jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima dan jika nilai Sig. $< 0,1$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

⁸⁸Mudrajad Kuncoro, *Op. Cit.*, hlm. 244.

⁸⁹*Ibid.*, hlm. 245.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan

1. Sejarah

PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk didirikan pada 24 *Rabiul Tsani* 1412 H atau 1 Nopember 1991, diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Pemerintah Indonesia, dan memulai kegiatan operasinya pada 27 Syawal 1412 H atau 1 Mei 1992. Dengan dukungan nyata dari eksponen Ikatan Cendekiawan Muslim se-Indonesia (ICMI) dan beberapa pengusaha Muslim, pendirian Bank Muamalat juga menerima dukungan masyarakat. Pada tanggal 27 Oktober 1994, Bank Muamalat berhasil menyandang predikat sebagai Bank Devisa. Pengakuan ini semakin memperkokoh posisi Perseroan sebagai bank syariah pertama dan terkemuka di Indonesia dengan beragam jasa maupun produk yang terus dikembangkan. Saat ini Bank Muamalat memberikan layanan bagi lebih dari 4,3 juta nasabah melalui 457 gerai yang tersebar di 33 provinsi di Indonesia. Jaringan BMI didukung pula oleh aliansi melalui lebih dari 4000 Kantor Pos *Online/SOPP* di seluruh Indonesia, 1996 ATM, serta 95.000 *merchant* debit. BMI saat ini juga merupakan salah satu bank syariah yang telah membuka cabang luar negeri, yaitu di Kuala Lumpur, Malaysia. Selain itu Bank Muamalat memiliki produk *shar-e gold* dengan teknologi *chip* pertama di Indonesia yang dapat digunakan di 170 negara dan

bebas biaya diseluruh *merchant* berlogo visa. Sebagai Bank Pertama Murni Syariah, bank muamalat berkomitmen untuk menghadirkan layanan perbankan yang tidak hanya *comply* terhadap syariah, namun juga kompetitif dan aksesibel bagi masyarakat hingga pelosok nusantara.⁹⁰

PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk membuka cabang di kota Padangsidempuan pada tanggal 03 Juli 2003. Untuk peresmian pada saat itu dibuka secara resmi oleh Dewan Komisaris dari kantor pusat Jakarta beserta rombongan bersama bapak Andi Bukhari kepala cabang Medan dan disaksikan oleh Muspida, MUI, Kementrian Agama, Pejabat setempat serta seluruh karyawan yang pada saat itu berjumlah 16 orang. PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan terletak di Jalan Gatot Subroto No. 08. Lokasi ini sangat mudah untuk dijangkau karena tempat kantornya berada pada pusat kota Padangsidempuan yang terletak pada jalan protokol di samping Horas Bakery dan dekat dengan lokasi perkantoran Polres, Pengadilan Negeri Kota Padangsidempuan serta perkantoran lainnya. Jumlah karyawan pada Cabang Padangsidempuan sebanyak 38 orang karyawan, sedangkan jumlah karyawan Kantor Cabang dan Kantor Cabang Pembantu (KCP) seluruhnya sebanyak 72 orang karyawan. Sedangkan jumlah ATM sebanyak 11 unit, diantaranya: 3 unit di cabang (1 unit di Goti, 1 unit di

⁹⁰Bank Muamalat Indonesia, "Profil Bank Muamalat" <http://www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat>, diakses 12 Juni 2016 pukul 20.04 WIB.

pesantren *Al-Azhar Bi' Ibadillah*, 1 unit di SPBU Padangmatinggi), 3 unit di Kantor Cabang Pembantu (Rantau Parapat), 2 unit di Panyabungan, 2 unit di Sibuhuan, dan 1 unit di Sibolga.

2. Visi dan Misi

Adapun visi dan misi PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk yaitu:

Visi: *“The Best Islamic Bank and Top 10 Bank in Indonesia with Strong Regional Presence”*

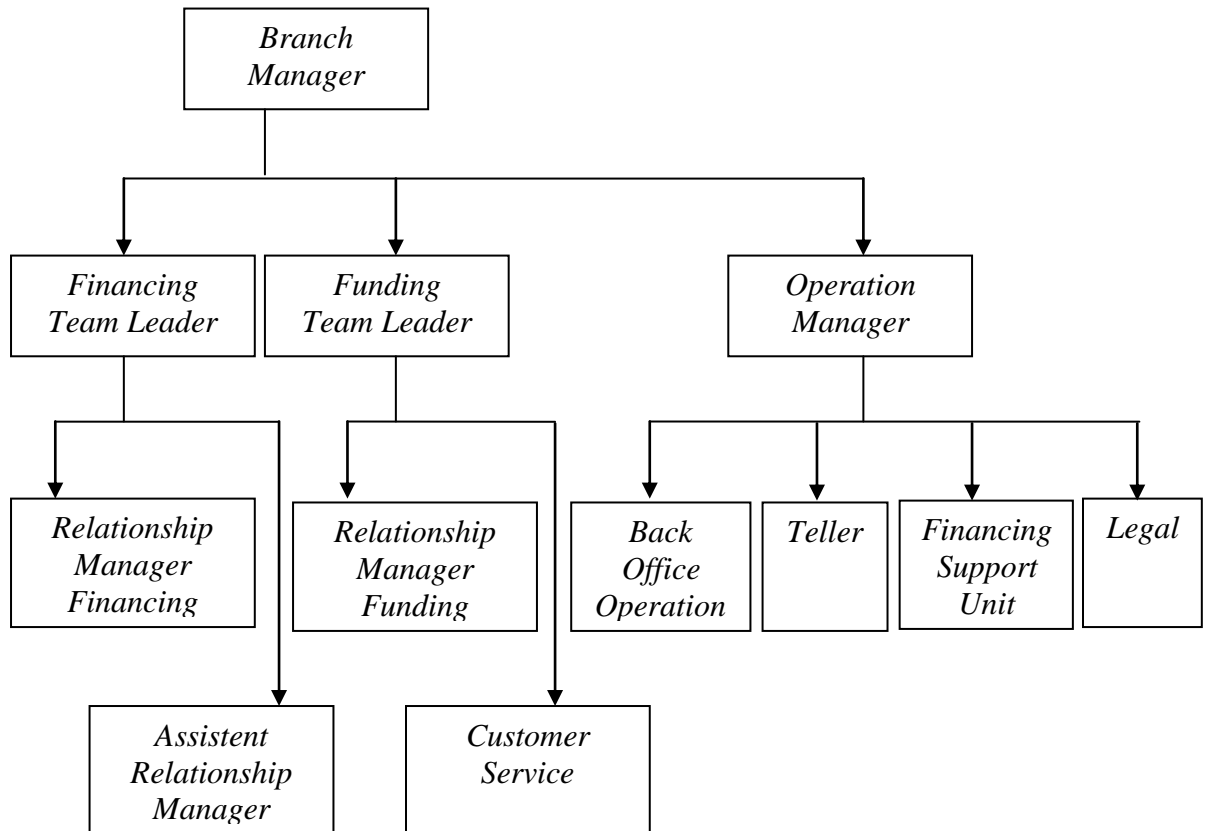
Misi: Membangun lembaga keuangan syariah yang unggul dan berkesinambungan dengan penekanan pada semangat kewirausahaan berdasarkan prinsip kehati-hatian, keunggulan sumber daya manusia yang islami dan profesional serta orientasi investasi yang inovatif, untuk memaksimalkan nilai kepada seluruh pemangku kepentingan.⁹¹

3. Struktur Organisasi

Struktur organisasi PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan senantiasa menyesuaikan diri dengan perkembangan bisnis, sekaligus juga mengantisipasi dinamika perubahan lingkungan bisnis. Manajemen PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan melakukan restrukturisasi, tujuannya untuk menjadikan organisasi lebih fokus dan efisien. Adapun struktur organisasi PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

⁹¹Bank Muamalat Indonesia, “Visi dan Misi” <http://www.bankmuamalat.co.id/visi-misi>, diakses 12 Juni 2016 pukul 20.05 WIB.

Gambar 4.1
Struktur Organisasi



Sumber: PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan

4. Produk dan Layanan

a. Pendanaan

- 1) Giro: Giro Muamalat *Attijary* iB, Giro Muamalat *Ultima* iB (Perorangan dan Institusi).
- 2) Tabungan: Tabungan Muamalat iB, Tabungan Muamalat Dollar, Tabungan Muamalat iB Haji dan Umroh, Tabungan Muamalat Umrah iB, TabunganKu, Tabungan Muamalat Rencana iB, Tabungan Muamalat Prima iB dan Tabungan iB Muamalat Sahabat, Tabungan Simpel iB.
- 3) Deposito (*Mudharabah* dan *Fulinves*).

b. Pembiayaan

- 1) Pembiayaan Konsumen: KPR Muamalat iB, Pembiayaan Muamalat Umroh, Pembiayaan iB Muamalat Pensiun, Pembiayaan iB Muamalat Mutiguna.
 - 2) Modal Kerja: Pembiayaan Modal Kerja, Pembiayaan Modal Kerja LKM Syariah, Pembiayaan Rekening Koran Syariah, Pembiayaan Jangka Pendek BPRS iB, Pembiayaan iB *Asset Refinance* Syariah.
 - 3) Investasi: Pembiayaan Investasi, Pembiayaan Hunian Syariah Bisnis.
- c. Layanan: Muamalat *Remittance* iB, *Remittance* BMI-May Bank, *Remittance* BMI-BMMB, *Remittance* BMI-NCB, Kartu Shar-E Debit, *Bancassurance*, Tabungan Nusantara, Bank Garansi, Ekspor, Impor, SKBDN, *Letter of Credit*, *Standby LC*, Ekspor Impor Non *LC Financing*.

5. Tabungan Muamalat iB

Sebuah produk tabungan yang umum digunakan nasabah yaitu tabungan Muamalat iB karena kemudahan dan kenyamanan bertransaksi kapan saja dan dimana saja melalui layanan *electronic banking* Bank Muamalat mencakupi ATM, *internet banking*, *mobile banking* dan *phone banking*. Dilengkapi dengan pilihan jenis kartu ATM dan debit sesuai dengan kebutuhan transaksi nasabah, yaitu:

kartu reguler dan kartu gold. Adapun fitur umum tabungan Muamalat iB, yaitu:⁹²

Tabel 4.1
Fitur Umum Tabungan Muamalat iB

Akad	<i>Mudârabah</i>	<i>Wadi'ah</i>
Nisbah	7,50%	Tidak diberikan
Setoran Awal	Rp 100.000	Gratis bila saldo \geq Rp 1.000.000 Rp 5.000 bila saldo < Rp 1.000.000
Saldo Minimum	Rp 50.000	
Biaya Penutupan Rekening	Rp 50.000	
Biaya Administrasi	Rekening Aktif: Rp 12.500 Rekening Pasif: Rp 17.500	
Biaya Transaksi Penarikan Tunai melalui ATM	1. ATM Muamalat: Gratis 2. ATM Prima/Bersama: Gratis, apabila saldo setelah tarik tunai \geq Rp 10.000.000; berbiaya Rp 7.500 apabila sisa saldo setelah tarik tunai < Rp 10.000.000 3. ATM Plus/Visa : Rp 20.000 4. ATM MEPS : Rp 11.000	1. ATM Muamalat: Gratis 2. ATM Prima/Bersama: Gratis: apabila sisa saldo setelah tarik tunai \geq Rp 10.000.000 Rp 7.500: apabila sisa saldo setelah tarik tunai < Rp 10.000.000 3. ATM MEPS: Rp 11.000
Biaya Transaksi Transfer melalui ATM	1. Jaringan Prima: Rp 6.500 2. Jaringan Bersama: Rp 6.500	1. Jaringan Prima: Rp 6.500 2. Jaringan Bersama: Rp 6.500
Biaya Transaksi Debit/Pembayaran Belanja	1. Jaringan Visa: Gratis 2. Jaringan Prima Debit: Rp 4.000	1. Jaringan Prima Debit: Rp 4.000

Keuntungan menabung di Muamalat iB yaitu nasabah dapat menikmati program “Muamalat Berbagi Rezeki” yang menawarkan berbagai keuntungan sepanjang tahun seperti mendapatkan hadiah,

⁹²Bank Muamalat Indonesia, “Tabungan Muamalat iB” <http://www.bankmuamalat.co.id/tabungan-consumer/tabungan-muamalat-ib>, diakses 20 Juni 2016 pukul 08.05 WIB.

subsidi transaksi *electronic banking* dan subsidi belanja dengan kartu debit Bank Muamalat.

B. Analisis Hasil Penelitian

Untuk menguji data penelitian maka peneliti menggunakan program SPSS versi 23 sebagai berikut:

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk melihat apakah data yang ada valid atau tidak. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} . Dimana r_{tabel} dicari pada signifikansi 10% atau 0,1 dengan derajat kebebasan (df)= $n-2$, dimana n =jumlah sampel, jadi $df=95-2=93$, maka diperoleh r_{tabel} sebesar 0,169. Sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation*. Jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} ($r_{hitung} > r_{tabel}$) dan nilai r positif maka butir pernyataan tersebut dikatakan valid.

Tabel 4.2
Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Kpn1	0,416	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df=93$. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,169$.	Valid
Kpn2	0,561		Valid
Kpn3	0,367		Valid
Kpn4	0,423		Valid
Kpn5	0,551		Valid
Kpn6	0,570		Valid

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2016).

Pada tabel di atas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-6 untuk variabel kepercayaan adalah valid. Berdasarkan $r_{hitung} > r_{tabel}$

dimana r_{tabel} adalah 0,169. Sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation* dan nilai r positif.

Tabel 4.3
Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Kps1	0,731	Instrumen valid, jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ dengan $df=93$. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{\text{tabel}} = 0,169$.	Valid
Kps2	0,477		Valid
Kps3	0,474		Valid
Kps4	0,619		Valid
Kps5	0,478		Valid
Kps6	0,464		Valid

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2016).

Pada tabel di atas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-6 untuk variabel kepuasan adalah valid. Berdasarkan $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ dimana r_{tabel} adalah 0,169. Sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation* dan nilai r positif.

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Psp1	0,587	Instrumen valid, jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ dengan $df=93$. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{\text{tabel}} = 0,169$.	Valid
Psp2	0,625		Valid
Psp3	0,474		Valid
Psp4	0,541		Valid
Psp5	0,643		Valid
Psp6	0,540		Valid

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2016).

Pada tabel di atas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-6 untuk variabel persepsi adalah valid. Berdasarkan $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ dimana r_{tabel} adalah 0,169. Sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation* dan nilai r positif.

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Variabel Komunikasi

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Kmk1	0,511	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df=93$. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,169$.	Valid
Kmk2	0,464		Valid
Kmk3	0,569		Valid
Kmk4	0,748		Valid
Kmk5	0,498		Valid
Kmk6	0,587		Valid

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2016).

Pada tabel di atas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-6 untuk variabel komunikasi adalah valid. Berdasarkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana r_{tabel} adalah 0,169. Sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation* dan nilai r positif.

Tabel 4.6
Hasil Uji Validitas Variabel Ikatan Sosial atau Persahabatan

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Iks1	0,494	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df=93$. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,169$.	Valid
Iks2	0,608		Valid
Iks3	0,701		Valid
Iks4	0,685		Valid
Iks5	0,686		Valid
Iks6	0,565		Valid

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2016).

Pada tabel di atas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-6 untuk variabel ikatan sosial atau persahabatan adalah valid. Berdasarkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana r_{tabel} adalah 0,169. Sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation* dan nilai r positif.

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Nasabah

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Ly1s1	0,318	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df=93$. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,169$.	Valid
Ly1s2	0,332		Valid
Ly1s3	0,332		Valid
Ly1s4	0,334		Valid
Ly1s5	0,377		Valid
Ly1s6	0,467		Valid

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2016).

Pada tabel di atas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan 1-6 untuk variabel loyalitas nasabah adalah valid. Berdasarkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana r_{tabel} adalah 0,169. Sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation* dan nilai r positif.

2. Uji Reliabilitas

Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,600$. Uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.8
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
Kepercayaan	0,742	6
Kepuasan	0,786	6
Persepsi	0,809	6
Komunikasi	0,801	6
Ikatan Sosial atau Persahabatan	0,840	6
Loyalitas Nasabah	0,626	6

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2016).

Dari hasil tabel di atas menunjukkan bahwa *Cronbach's Alpha* untuk variabel kepercayaan adalah $0,742 > 0,600$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel kepercayaan (X_1) adalah reliabel. Selanjutnya, *Cronbach's Alpha* untuk variabel kepuasan adalah 0,786

$> 0,600$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel kepuasan (X_2) adalah reliabel. *Cronbach's Alpha* untuk variabel persepsi adalah $0,809 > 0,600$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel persepsi (X_3) adalah reliabel. *Cronbach's Alpha* untuk variabel komunikasi adalah $0,801 > 0,600$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel komunikasi (X_4) adalah reliabel. *Cronbach's Alpha* untuk variabel ikatan sosial atau persahabatan adalah $0,840 > 0,600$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel ikatan sosial atau persahabatan (X_5) adalah reliabel. *Cronbach's Alpha* untuk variabel loyalitas nasabah adalah $0,626 > 0,600$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel loyalitas nasabah (Y) adalah reliabel.

3. Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi. Uji statistik deskriptif dapat dilakukan dengan cara mencari *mean*, minimum, maksimum dan *standard deviation* dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.9
Hasil Uji Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kpn	95	16	30	24,24	2,504
Kps	95	12	30	23,64	3,185
Psp	95	12	30	23,77	3,299
Kmk	95	14	30	24,45	2,724
Iks	95	13	30	23,95	2,933
Lyls	95	18	30	25,05	2,473
Valid N (listwise)	95				

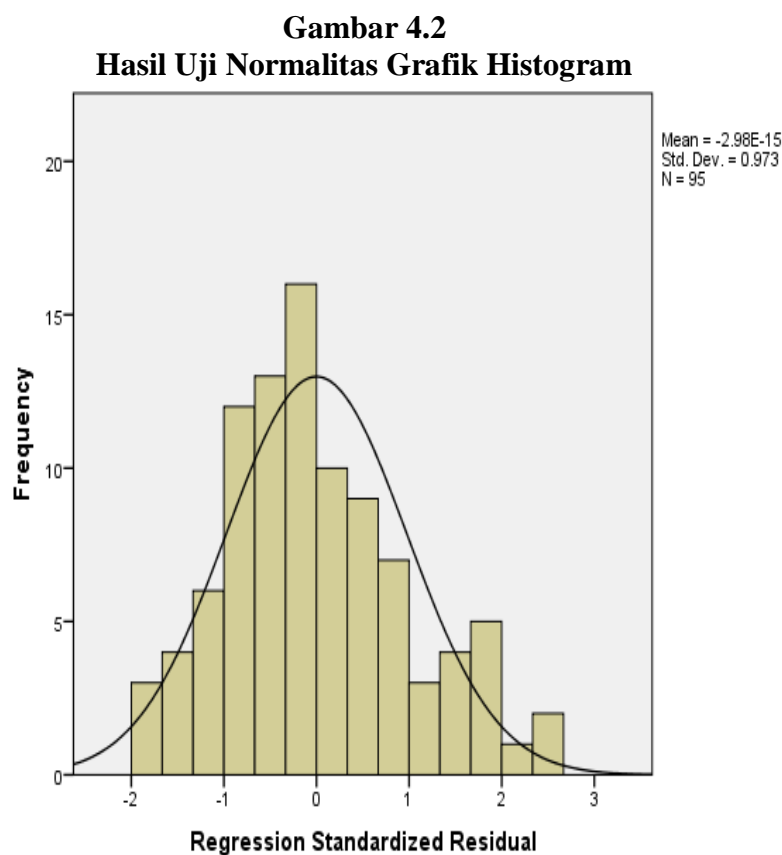
Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2016).

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa variabel kepercayaan dengan jumlah data (N) sebanyak 95 mempunyai nilai *mean* sebesar 24,24 dengan nilai minimum 16 dan nilai maksimum 30 serta standar deviasinya sebesar 2,504. Variabel kepuasan dengan jumlah data (N) sebanyak 95 mempunyai nilai *mean* sebesar 23,64 dengan nilai minimum 12 dan nilai maksimum 30 serta standar deviasinya sebesar 3,185. Variabel persepsi dengan jumlah data (N) sebanyak 95 mempunyai nilai *mean* sebesar 23,77 dengan nilai minimum 12 dan nilai maksimum 30 serta standar deviasinya sebesar 3,299. Variabel komunikasi dengan jumlah data (N) sebanyak 95 mempunyai nilai *mean* sebesar 24,45 dengan nilai minimum 14 dan nilai maksimum 30 serta standar deviasinya sebesar 2,724. Variabel ikatan sosial atau persahabatan dengan jumlah data (N) sebanyak 95 mempunyai nilai *mean* sebesar 23,95 dengan nilai minimum 13 dan nilai maksimum 30 serta standar deviasinya sebesar 2,933. Variabel loyalitas dengan jumlah data (N) sebanyak 95 mempunyai nilai *mean*

sebesar 25,05 dengan nilai minimum 18 dan nilai maksimum 30 serta standar deviasinya sebesar 2,473.

4. Uji Normalitas

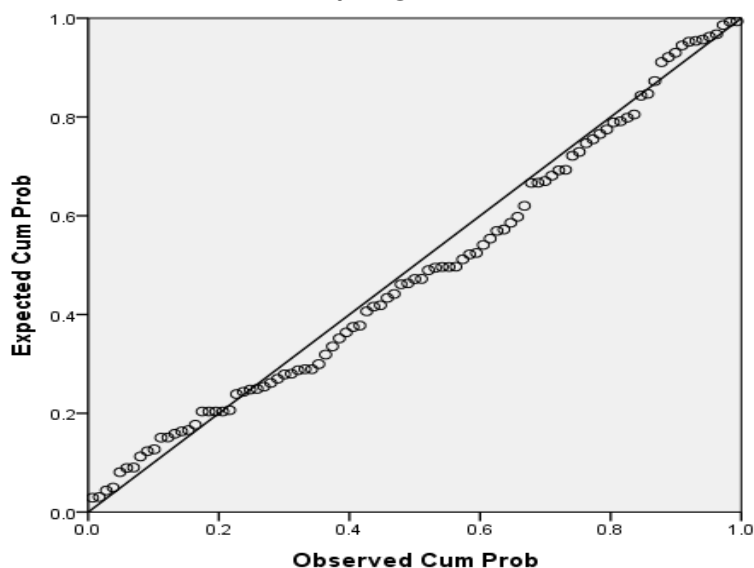
Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas mempunyai distribusi normal atau tidak. Pada grafik histogram jika distribusi data tidak menceng ke kiri atau ke kanan maka distribusi data tersebut normal. Pada grafik *Normal P-P Plot Of Regression Standardized Residual* jika titik-titik menyebar disekitar dan mengikuti garis diagonal maka nilai residual tersebut sudah normal. Adapun hasil uji normalitas dalam penelitian ini sebagai berikut:



Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2016).

Berdasarkan grafik histogram di atas distribusi data tidak menceng ke kiri atau ke kanan maka dapat disimpulkan bahwa pola distribusi data tersebut normal.

Gambar 4.3
Hasil Uji Normalitas
Grafik *Normal P-P Plot Of Regression Standardized Residual*



Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2016).

Berdasarkan grafik *Normal P-P Plot Of Regression Standardized Residual* di atas dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual tersebut sudah normal.

5. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah antara variabel bebas dengan variabel terikat mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier jika nilai Sig. > 0,1 dan jika nilai Sig. < 0,1 maka dinyatakan tidak linier.

a. Uji Linieritas Kepercayaan dengan Loyalitas

Tabel 4.10
Hasil Uji Linieritas Kpn dengan Lyls

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Lyls * Kpn	Between	(Combined)	344,894	12	28,741	10,254	,000
	Groups	Linearity	335,641	1	335,641	119,745	,000
		Deviation from	9,253	11	,841	,300	,984
		Linearity					
	Within Groups		229,843	82	2,803		
	Total		574,737	94			

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2016).

Berdasarkan tabel di atas nilai Sig. sebesar 0,984. Jadi, dapat disimpulkan nilai Sig. $> 0,1$ ($0,984 > 0,1$) menunjukkan bahwa hubungan antara variabel kepercayaan dengan variabel loyalitas adalah linier.

b. Uji Linieritas Kepuasan dengan Loyalitas

Tabel 4.11
Hasil Uji Linieritas Kps dengan Lyls

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Lyls * Kps	Between	(Combined)	422,751	16	26,422	13,560	,000
	Groups	Linearity	377,160	1	377,160	193,561	,000
		Deviation from	45,591	15	3,039	1,560	,105
		Linearity					
	Within Groups		151,986	78	1,949		
	Total		574,737	94			

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2016).

Berdasarkan tabel di atas nilai Sig. sebesar 0,105. Jadi, dapat disimpulkan nilai Sig. $> 0,1$ ($0,105 > 0,1$) menunjukkan

bahwa hubungan antara variabel kepuasan dengan variabel loyalitas adalah linier.

c. Uji Linieritas Persepsi dengan Loyalitas

Tabel 4.12
Hasil Uji Linieritas Psp dengan Lyls

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Lyls * Psp	Between	(Combined)	391,387	15	26,092	11,242	,000
	Groups	Linearity	361,574	1	361,574	155,791	,000
		Deviation from Linearity	29,813	14	2,129	,918	,544
	Within Groups		183,350	79	2,321		
Total			574,737	94			

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2016).

Berdasarkan tabel di atas nilai Sig. sebesar 0,544. Jadi, dapat disimpulkan nilai Sig. $> 0,1$ ($0,544 > 0,1$) menunjukkan bahwa hubungan antara variabel persepsi dengan variabel loyalitas adalah linier.

d. Uji Linieritas Komunikasi dengan Loyalitas

Tabel 4.13
Hasil Uji Linieritas Kmk dengan Lyls

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Lyls * Kmk	Between	(Combined)	417,226	14	29,802	15,136	,000
	Groups	Linearity	379,842	1	379,842	192,923	,000
		Deviation from Linearity	37,384	13	2,876	1,461	,151
	Within Groups		157,510	80	1,969		
Total			574,737	94			

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2016).

Berdasarkan tabel di atas nilai Sig. sebesar 0,151. Jadi, dapat disimpulkan nilai Sig. $> 0,1$ ($0,151 > 0,1$) menunjukkan bahwa hubungan antara variabel komunikasi dengan variabel loyalitas adalah linier.

e. Uji Linieritas Ikatan Sosial atau Persahabatan dengan Loyalitas

Tabel 4.14
Hasil Uji Linieritas Iks dengan Lyls

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Lyls Between (Combined)	387,957	15	25,864	10,939	,000
* Groups Linearity	347,677	1	347,677	147,053	,000
Iks Deviation from Linearity	40,280	14	2,877	1,217	,280
Within Groups	186,780	79	2,364		
Total	574,737	94			

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2016).

Berdasarkan tabel di atas nilai Sig. sebesar 0,280. Jadi, dapat disimpulkan nilai Sig. $> 0,1$ ($0,280 > 0,1$) menunjukkan bahwa hubungan antara variabel ikatan sosial atau persahabatan dengan variabel loyalitas adalah linier.

6. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Suatu model regresi dinyatakan bebas dari multikolinearitas adalah jika nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,1 (nilai *Tolerance* $> 0,1$) dan jika nilai VIF lebih kecil dari 10 (nilai VIF < 10). Hasil uji multikolinearitas penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4.15
Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Kpn	,357	2,800
Kps	,212	4,713
Psp	,217	4,613
Kmk	,237	4,214
Iks	,322	3,106

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2016).

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui nilai *Tolerance* dari variabel kepercayaan adalah $0,357 > 0,1$, variabel kepuasan adalah $0,212 > 0,1$, variabel persepsi adalah $0,217 > 0,1$, variabel komunikasi adalah $0,237 > 0,1$ dan variabel ikatan sosial atau persahabatan adalah $0,322 > 0,1$. Jadi, dapat disimpulkan nilai *Tolerance* dari kelima variabel di atas lebih besar dari 0,1 (nilai *Tolerance* $> 0,1$) sehingga bebas dari multikolinearitas.

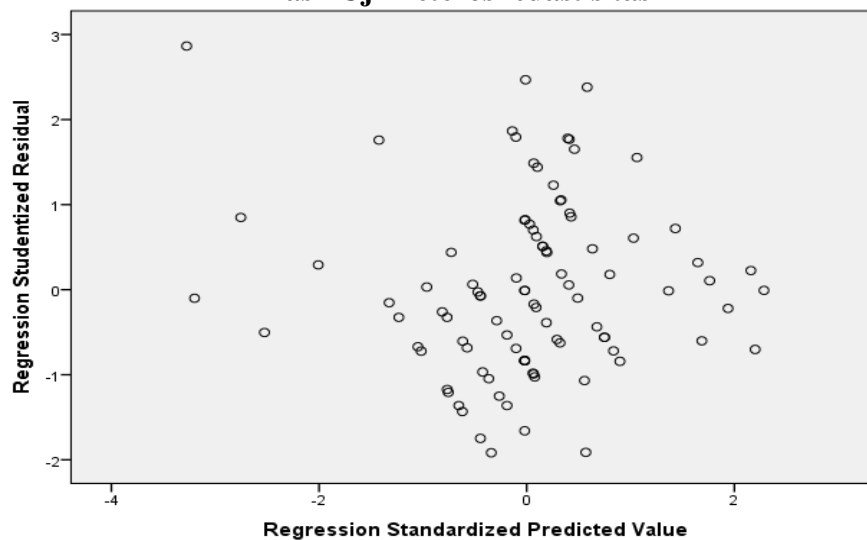
Selanjutnya berdasarkan nilai VIF dari variabel kepercayaan adalah $2,800 < 10$, variabel kepuasan adalah $4,713 < 10$, variabel persepsi adalah $4,613 < 10$, variabel komunikasi adalah $4,214 < 10$ dan variabel ikatan sosial atau persahabatan adalah $3,106 < 10$. Jadi, dapat disimpulkan nilai VIF dari kelima variabel di atas lebih kecil dari 10 (nilai VIF < 10) sehingga bebas dari multikolinearitas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Suatu model regresi dikatakan tidak terjadi

heteroskedastisitas apabila titik-titik pada *scatterplot* regresi tidak membentuk pola tertentu seperti menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hasil uji heteroskedastisitas sebagai berikut:

Gambar 4.4
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2016).

Berdasarkan gambar di atas dapat dilihat bahwa titik-titik tidak membentuk suatu pola tertentu. Titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi, dapat disimpulkan bahwa model regresi terbebas dari heteroskedastisitas.

7. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *relationship quality* (kualitas hubungan) yang terdiri dari faktor kepercayaan (X_1), kepuasan (X_2), persepsi (X_3), komunikasi (X_4) dan ikatan sosial atau persahabatan (X_5) terhadap loyalitas nasabah tabungan Muamalat iB (Y). Hasilnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.16
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1 (Constant)	5,016	1,286
Kpn	,189	,084
Kps	,185	,086
Psp	,089	,082
Kmk	,202	,095
Iks	,168	,076

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2016).

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat pada kolom *Unstandardized Coefficients* bagian kolom B, maka persamaan analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah:

$$Ly_{ls} = \alpha + b_1K_{pn} + b_2K_{ps} + b_3P_{sp} + b_4K_{mk} + b_5I_{ks} + e$$

$$Ly_{ls} = 5,016 + 0,189K_{pn} + 0,185K_{ps} + 0,089P_{sp} + 0,202K_{mk} + 0,168I_{ks} + e$$

Keterangan:

Ly_{ls} = Loyalitas

α = Konstanta

b₁, b₂, b₃, b₄, b₅ = Koefisien regresi linier berganda

K_{pn} = Kepercayaan

K_{ps} = Kepuasan

P_{sp} = Persepsi

K_{mk} = Komunikasi

I_{ks} = Ikatan sosial atau persahabatan

e = *Standard error term*

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Konstanta sebesar 5,016, artinya apabila variabel kepercayaan, kepuasan, persepsi, komunikasi dan ikatan sosial atau persahabatan dianggap konstan atau 0 maka loyalitas nasabah tabungan Muamalat iB nilainya sebesar 5,016.
- b. Koefisien regresi variabel kepercayaan sebesar 0,189, artinya apabila tingkat kepercayaan nasabah meningkat 1 satuan maka loyalitas nasabah tabungan Muamalat iB adalah meningkat sebesar 18,9%. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara kepercayaan dengan loyalitas nasabah, semakin naik kepercayaan maka semakin meningkat loyalitas nasabah.
- c. Koefisien regresi variabel kepuasan sebesar 0,185, artinya apabila tingkat kepuasan nasabah meningkat 1 satuan maka loyalitas nasabah tabungan Muamalat iB adalah meningkat sebesar 18,5%. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara kepuasan dengan loyalitas nasabah, semakin naik kepuasan maka semakin meningkat loyalitas nasabah.
- d. Koefisien regresi variabel persepsi sebesar 0,089, artinya apabila tingkat persepsi nasabah meningkat 1 satuan maka loyalitas nasabah tabungan Muamalat iB adalah meningkat sebesar 8,9%. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara persepsi dengan loyalitas nasabah, semakin naik persepsi maka semakin meningkat loyalitas nasabah.

- e. Koefisien regresi variabel komunikasi sebesar 0,202, artinya apabila tingkat komunikasi nasabah meningkat 1 satuan maka loyalitas nasabah tabungan Muamalat iB adalah meningkat sebesar 20,2%. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara komunikasi dengan loyalitas nasabah, semakin naik komunikasi maka semakin meningkat loyalitas nasabah.
- f. Koefisien regresi variabel ikatan sosial atau persahabatan sebesar 0,168, artinya apabila tingkat ikatan sosial atau persahabatan nasabah meningkat 1 satuan maka loyalitas nasabah tabungan Muamalat iB adalah meningkat sebesar 16,8%. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara ikatan sosial atau persahabatan dengan loyalitas nasabah, semakin naik ikatan sosial atau persahabatan maka semakin meningkat loyalitas nasabah.

8. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4.17
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,877 ^a	,770	,757	1,220

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2016).

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai R^2 (*Adjusted R Square*) sebesar 0,757. Menunjukkan bahwa 75,7% variabel kepercayaan, kepuasan, persepsi, komunikasi dan ikatan sosial atau persahabatan mempengaruhi loyalitas nasabah tabungan Muamalat iB sedangkan 24,3% sisanya dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

9. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Ketentuan dalam uji t adalah: jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak sedangkan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima dan jika nilai Sig. $< 0,1$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Tabel 4.18
Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Model	T	Sig.
1 (Constant)	3,901	,000
Kpn	2,245	,027
Kps	2,157	,034
Psp	1,086	,281
Kmk	2,131	,036
Iks	2,228	,028

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2016).

Untuk t_{tabel} dicari pada $\alpha = 10\% : 2 = 5\%$ (uji dua sisi) dengan derajat kebebasan (df)=n-k-1, dimana n=jumlah sampel dan k=jumlah variabel independen, jadi $df=95-5-1=89$. Dengan pengujian dua sisi (signifikansi=0,05), maka diperoleh t_{tabel} sebesar 1,662.

Berdasarkan hasil uji signifikansi parsial (uji t) di atas dapat dilihat bahwa pada variabel kepercayaan memiliki t_{hitung} sebesar 2,245 dan t_{tabel} sebesar 1,662 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,245 > 1,662$) maka H_a diterima. Selanjutnya, pada variabel kepercayaan memiliki

nilai Sig. sebesar 0,027 sehingga nilai Sig. $< 0,1$ ($0,027 < 0,1$) maka H_a diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa secara parsial kepercayaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Pada variabel kepuasan memiliki t_{hitung} sebesar 2,157 dan t_{tabel} sebesar 1,662 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,157 > 1,662$) maka H_a diterima. Selanjutnya, pada variabel kepuasan memiliki nilai Sig. sebesar 0,034 sehingga nilai Sig. $< 0,1$ ($0,034 < 0,1$) maka H_a diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa secara parsial kepuasan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Pada variabel persepsi memiliki t_{hitung} sebesar 1,086 dan t_{tabel} sebesar 1,662 sehingga $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,086 < 1,662$) maka H_a ditolak. Selanjutnya, pada variabel persepsi memiliki nilai Sig. sebesar 0,281 sehingga nilai Sig. $> 0,1$ ($0,281 > 0,1$) maka H_a ditolak. Jadi, dapat disimpulkan bahwa secara parsial persepsi tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Pada variabel komunikasi memiliki t_{hitung} sebesar 2,131 dan t_{tabel} sebesar 1,662 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,131 > 1,662$) maka H_a diterima. Selanjutnya, pada variabel komunikasi memiliki nilai Sig. sebesar 0,036 sehingga nilai Sig. $< 0,1$ ($0,036 < 0,1$) maka H_a diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa secara parsial komunikasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Pada variabel ikatan sosial atau persahabatan memiliki t_{hitung} sebesar 2,228 dan t_{tabel} sebesar 1,662 sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,228 > 1,662$) maka H_a diterima. Selanjutnya, pada variabel ikatan sosial atau persahabatan memiliki nilai Sig. sebesar 0,028 sehingga nilai Sig. $< 0,1$ ($0,028 < 0,1$) maka H_a diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa secara parsial ikatan sosial atau persahabatan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah.

b. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Ketentuan dalam uji F adalah: jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak sedangkan jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima dan jika nilai Sig. $< 0,1$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Tabel 4.19
Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	442,291	5	88,458	59,442	,000 ^b
	Residual	132,446	89	1,488		
	Total	574,737	94			

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2016).

F_{tabel} untuk signifikansi $\alpha = 0,1$ dengan *regression* (df 1) adalah 5 dan *residual* (df 2) adalah 89 (berasal dari *total-regresion*), maka hasil yang diperoleh untuk F_{tabel} sebesar 1,91.

Dari hasil uji signifikansi simultan (uji F) di atas bahwa nilai F_{hitung} sebesar 59,442 sedangkan F_{tabel} sebesar 1,91 sehingga $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($59,442 > 1,91$) maka H_a diterima. Selanjutnya, untuk nilai Sig. sebesar 0,000 sehingga nilai Sig. $< 0,1$ ($0,000 < 0,1$) maka H_a diterima. Jadi, dapat disimpulkan bahwa secara simultan kepercayaan, kepuasan, persepsi, komunikasi dan ikatan sosial atau persahabatan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini berjudul Pengaruh *Relationship Quality* (Kualitas Hubungan) Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Muamalat iB Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan. Dari hasil analisis data yang dilakukan pada penelitian ini dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 23 diketahui bahwa:

1. Hasil uji validitas untuk 36 item pernyataan dari kelima variabel bebas (X) dan satu variabel terikat (Y) diketahui memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$, dimana r_{tabel} dengan taraf signifikansi 10% dengan derajat kebebasan $(df)=n-2$ atau $df=95-2=93$ adalah 0,169 sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *Corrected Item-Total Correlation*. Karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan nilai r positif maka 36 item pernyataan pada kuesioner tersebut dinyatakan valid. Selanjutnya, hasil uji reliabilitas diketahui bahwa dari kelima variabel bebas (X) dan satu variabel terikat (Y) memiliki

Cronbach's Alpha > 0,600 sehingga item pernyataan pada kuesioner juga dapat dinyatakan reliabel.

2. Hasil uji statistik deskriptif menunjukkan bahwa dengan jumlah data (N) sebanyak 95, variabel kepercayaan mempunyai nilai *mean* sebesar 24,24 dengan nilai minimum 16, nilai maksimum 30, standar deviasinya 2,504. Variabel kepuasan mempunyai nilai *mean* sebesar 23,64 dengan nilai minimum 12, nilai maksimum 30, standar deviasinya 3,185. Variabel persepsi mempunyai nilai *mean* sebesar 23,77 dengan nilai minimum 12, nilai maksimum 30, standar deviasinya 3,299. Variabel komunikasi mempunyai nilai *mean* sebesar 24,45 dengan nilai minimum 14, nilai maksimum 30, standar deviasinya 2,724. Variabel ikatan sosial atau persahabatan mempunyai nilai *mean* sebesar 23,95 dengan nilai minimum 13, nilai maksimum 30, standar deviasinya 2,933. Variabel loyalitas mempunyai nilai *mean* sebesar 25,05 dengan nilai minimum 18, nilai maksimum 30, standar deviasinya 2,473.
3. Hasil uji normalitas diketahui pada grafik histogram bahwa distribusi data tersebut tidak menceng ke kiri atau ke kanan, maka pola distribusi data tersebut normal dan pada grafik *Normal P-P Plot Of Regression Standardized Residual* bahwa penyebaran datanya disekitar garis dan mengikuti garis diagonal, maka data tersebut telah normal. Selanjutnya, hasil uji linearitas menyatakan bahwa antara variabel bebas (X) dengan

variabel terikat (Y) mempunyai hubungan yang linear karena diketahui memiliki nilai Sig. > 0,1.

4. Hasil uji multikolinearitas diketahui bahwa nilai *Tolerance* > 0,1 dan nilai *Variance Inflation Factor* atau VIF < 10, maka dapat dinyatakan bebas dari multikolinearitas. Selanjutnya, hasil uji heteroskedastisitas diketahui bahwa titik-titik pada *scatterplot* regresi tidak membentuk pola tertentu seperti menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dinyatakan tidak terdeteksi heteroskedastisitas.
5. Persamaan analisis regresi linear berganda diperoleh sebagai berikut:

$$Lyls = \alpha + b_1Kpn + b_2Kps + b_3Psp + b_4Kmk + b_5Iks + e$$

$$Lyls = 5,016 + 0,189Kpn + 0,185Kps + 0,089Psp + 0,202Kmk + 0,168Iks + e$$
6. Hasil uji koefisien determinasi faktor kepercayaan, kepuasan, persepsi, komunikasi dan ikatan sosial atau persahabatan mampu mempengaruhi loyalitas nasabah sebesar 75,7% sedangkan sisanya 24,3% dipengaruhi oleh faktor lain.
7. Secara parsial variabel kepercayaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,245 > 1,662$) dan nilai Sig. < α ($0,027 < 0,1$). Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian terdahulu dari skripsi Tatang Kusmayadi, menyatakan dalam penelitiannya “Adanya pengaruh yang signifikan dari kepercayaan terhadap loyalitas. Semakin baik kepercayaan dipersepsikan maka semakin tinggi pula loyalitas dari nasabah

tersebut.”⁹³ Selanjutnya, dukungan teori menurut M. Nur Rianto Al

Arif menyatakan bahwa:

Dalam dunia perbankan faktor kepercayaan merupakan faktor utama dalam meningkatkan dana pihak ketiga, apabila bank sudah tidak mendapatkan kepercayaan maka akan banyak nasabah pada saat bersamaan menarik dananya dari bank tersebut.⁹⁴

8. Secara parsial variabel kepuasan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,157 > 1,662$) dan nilai $Sig. < \alpha$ ($0,034 < 0,1$). Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian terdahulu dari skripsi Anggoro Danang Setyanto, menyatakan dalam penelitiannya:

Kepuasan mempunyai pengaruh langsung dan positif terhadap loyalitas. Hal ini mengindikasikan bahwa peningkatan kepuasan mengakibatkan meningkatnya loyalitas atau dengan kata lain semakin tinggi kepuasan maka loyalitas juga semakin tinggi.⁹⁵

Selanjutnya, dukungan teori menurut Kasmir menyatakan bahwa:

Kepuasan nasabah yang diberikan bank akan berimbas sangat luas bagi peningkatan keuntungan bank. Apabila nasabah puas maka nasabah tersebut akan loyal kepada bank, mengulang kembali pembelian produk, membeli lagi produk lain dalam bank yang sama dan memberikan promosi gratis dari mulut ke mulut.⁹⁶

9. Secara parsial variabel persepsi tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,086 < 1,662$) dan nilai $Sig. > \alpha$ ($0,281 > 0,1$). Hasil penelitian ini sejalan

⁹³Tatang Kusmayadi, *Loc. Cit.*

⁹⁴M. Nur Rianto Al Arif, *Loc. Cit.*

⁹⁵Anggoro Danang Setyanto, *Loc. Cit.*

⁹⁶Kasmir, *Pemasaran Bank, Loc. Cit.*

dengan hasil penelitian terdahulu dari skripsi Sri Wahyuni, menyatakan dalam penelitiannya:

Secara parsial variabel kepercayaan dan ikatan sosial atau persahabatan merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi loyalitas nasabah sedangkan variabel persepsi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Selanjutnya, dukungan teori menurut Philip Kotler dan A.B. Susanto menyatakan bahwa “Persepsi tidak hanya tergantung pada stimuli fisik tetapi juga pada stimuli yang berhubungan dengan lingkungan sekitar dan keadaan individu tersebut.”⁹⁷ Jadi, kita bisa memiliki persepsi yang berbeda terhadap objek yang sama atau kita bisa memandang situasi yang sama dengan cara yang berbeda.

10. Secara parsial variabel komunikasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,131 > 1,662$) dan nilai $Sig. < \alpha$ ($0,036 < 0,1$). Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian terdahulu dari skripsi Nadira Artantie, menyatakan dalam penelitiannya:

Komunikasi mempunyai pengaruh terhadap loyalitas nasabah maka penting untuk selalu menjalin komunikasi yang baik dengan para nasabah. Dengan begitu nasabah akan merasa dekat, sehingga dapat meningkatkan keyakinan nasabah dan akan meningkatkan kesetiaan nasabah.⁹⁸

Selanjutnya, dukungan teori menurut Fiske dan Hartley menyatakan bahwa:

Semakin besar sumber komunikasi terhadap penerima, semakin besar kemungkinan penerima akan menerima pesan tersebut.

⁹⁷Philip Kotler dan A.B. Susanto, *Loc. Cit.*

⁹⁸Nadira Artantie, *Loc. Cit.*

Pengaruh komunikasi yang paling besar adalah ketika pesan yang disampaikan sesuai dengan pendapat, kepercayaan dan watak penerima. Komunikasi cenderung lebih efektif apabila sumber pesannya diyakini memiliki keahlian, status yang tinggi, objektif atau disukai.⁹⁹

Sehingga, agar nasabah menjadi loyal maka pihak bank harus mampu berkomunikasi dengan nasabah secara efektif dengan merancang program-program promosi yang menarik, memiliki karyawan yang bersikap ramah dan mampu memberikan informasi yang jelas.

11. Secara parsial variabel ikatan sosial atau persahabatan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,228 > 1,662$) dan nilai $Sig. < \alpha$ ($0,028 < 0,1$). Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian terdahulu dari skripsi Wibowo, menyatakan dalam penelitiannya:

Variabel kepercayaan, kepuasan, persepsi, komunikasi dan ikatan sosial atau persahabatan secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Mitra Jaya. Faktor yang paling dominan mempengaruhi kesetiaan pelanggan ialah ikatan sosial atau persahabatan.

Selanjutnya, dukungan teori menurut M. Nur Rianto Al Arif menyatakan bahwa:

Agar nasabah tetap loyal atau tidak lari ke bank lain, maka perlu dibina hubungan yang baik dengan nasabah dan penting untuk memelihara serta mempertahankan kesetiaan nasabah. Bank harus mampu membangun hubungan dan ikatan persaudaraan dengan nasabah, sehingga nasabah merasa nyaman untuk selalu berhubungan dengan pihak bank dalam setiap transaksi yang dilakukan.¹⁰⁰

⁹⁹Herry Sutanto dan Khaerul Umam, *Op. Cit.*, hlm. 377.

¹⁰⁰M. Nur Rianto Al Arif, *Op. Cit.*, hlm. 226.

12. Secara simultan variabel kepercayaan, kepuasan, persepsi, komunikasi dan ikatan sosial atau persahabatan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($59,442 > 1,91$) dan nilai Sig. $< 0,1$ ($0,000 < 0,005$). Hasil penelitian ini didukung dengan hasil penelitian terdahulu dari skripsi Surya Darma Putra Panjaitan, menyatakan dalam penelitiannya:

Adanya pengaruh yang positif dan signifikan dari *relationship quality* yang terdiri dari variabel kepercayaan, kepuasan, persepsi, komunikasi dan ikatan sosial/persahabatan terhadap loyalitas nasabah.¹⁰¹

D. Keterbatasan Penelitian

Seluruh rangkaian kegiatan dalam penelitian ini telah dilaksanakan sesuai dengan langkah-langkah yang sudah ditetapkan dalam metodologi penelitian, hal ini dimaksud agar hasil yang diperoleh benar-benar objektif dan sistematis. Namun, untuk mendapatkan hasil yang sempurna dari suatu penelitian sangat sulit karena berbagai keterbatasan.

Adapun keterbatasan yang dihadapi selama penelitian dan penyusunan skripsi ini adalah dalam menyebarkan kuesioner peneliti tidak mengetahui kejujuran responden dalam menjawab setiap pernyataan yang tersedia pada kuesioner sehingga mempengaruhi validitas data yang diperoleh.

¹⁰¹Surya Darma Putra Panjaitan, *Loc. Cit.*

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka kesimpulan yang dapat diperoleh sebagai berikut:

1. Hasil uji secara parsial (uji t) dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah tabungan Muamalat iB pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,245 > 1,662$) dan nilai $Sig. < \alpha$ ($0,027 < 0,1$).
2. Hasil uji secara parsial (uji t) dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah tabungan Muamalat iB pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,157 > 1,662$) dan nilai $Sig. < \alpha$ ($0,034 < 0,1$).
3. Hasil uji secara parsial (uji t) dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah tabungan Muamalat iB pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan dengan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($1,086 < 1,662$) dan nilai $Sig. > \alpha$ ($0,281 > 0,1$).
4. Hasil uji secara parsial (uji t) dapat disimpulkan bahwa variabel komunikasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah tabungan Muamalat iB pada PT. Bank Muamalat Indonesia,

Tbk Cabang Padangsidimpuan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,131 > 1,662$) dan nilai $Sig. < \alpha$ ($0,036 < 0,1$).

5. Hasil uji secara parsial (uji t) dapat disimpulkan bahwa variabel ikatan sosial atau persahabatan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah tabungan Muamalat iB pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,228 > 1,662$) dan nilai $Sig. < \alpha$ ($0,028 < 0,1$).
6. Hasil uji secara simultan (uji F) dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama antara kepercayaan, kepuasan, persepsi, komunikasi dan ikatan sosial atau persahabatan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah tabungan Muamalat iB pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan dengan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($59,442 > 1,91$) dan nilai $Sig. < 0,1$ ($0,000 < 0,1$).
7. Hasil uji koefisien determinasi dapat diketahui bahwa nilai R^2 (*Adjusted R Square*) sebesar 0,757. Menunjukkan bahwa 75,7% variabel kepercayaan, kepuasan, persepsi, komunikasi dan ikatan sosial atau persahabatan mempengaruhi loyalitas nasabah tabungan Muamalat iB pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan. Sedangkan 24,3% sisanya dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

B. Saran

Adapun saran yang bisa diberikan setelah melakukan penelitian ini, sebagai berikut:

1. Penelitian ini menunjukkan pentingnya pengembangan faktor kepercayaan, kepuasan, komunikasi dan ikatan sosial atau persahabatan sebagai faktor-faktor yang perlu dipertimbangkan dalam upaya meningkatkan dan mempertahankan loyalitas nasabah. Maka, disarankan untuk pihak bank agar lebih mengembangkan faktor-faktor tersebut sebab semakin tingginya tingkat persaingan di dunia perbankan dan semakin dinamisnya kebutuhan dan keinginan para nasabah. Faktor kepercayaan merupakan faktor utama dalam meningkatkan dana pihak ketiga, apabila bank sudah tidak mendapatkan kepercayaan maka akan banyak nasabah menarik dananya dari bank tersebut. Adanya kepuasan juga sangat penting karena jika produk atau jasa yang digunakan nasabah mampu memberikan kepuasan, maka akan menciptakan loyalitas nasabah. Pihak bank juga harus mampu berkomunikasi dengan nasabah serta adanya ikatan sosial atau persahabatan yang akan membangun hubungan yang lebih kuat dengan nasabah.
2. Untuk peneliti selanjutnya agar dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah dan dapat melakukan perluasan sampel dalam penelitian selanjutnya, mengingat sampel yang digunakan dalam penelitian ini hanya pada nasabah tabungan Muamalat iB.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Abdurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*, Jakarta: Rineka Cipta, 2011.
- Bambang Prasetyo & Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008.
- Duwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS*, Yogyakarta: Mediakom, 2008.
- _____, *Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS*, Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2012.
- _____, *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*, Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2012.
- Ernie Tisnawati Sule & Kurniawan Saefullah, *Pengantar Manajemen*, Jakarta: Kencana, 2012.
- Fandy Tjiptono, *Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer*, Yogyakarta: Andi, 2000.
- Herry Sutanto & Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Pustaka Setia, 2013.
- Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta: Kencana, 2013.
- Jill Griffin, *Customer Loyalty: Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*, Jakarta: Erlangga, 2003.
- Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi dan Karya Ilmiah*, Jakarta: Kencana, 2012.
- Kasmir, *Dasar-Dasar Perbankan*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008.
- _____, *Pemasaran Bank*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010.
- _____, *Manajemen Perbankan*, Jakarta: Rajawali Pers, 2014.
- Leon Schiffman & Leslie Lazar Kanuk, *Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT. Indeks, 2008.

- M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Jakarta: Alfabeta, 2012.
- Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*, Jakarta: Erlangga, 2013.
- Philip Kotler & A.B. Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, Jakarta: Salemba Empat, 1999.
- Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik*, Jakarta: Salemba Empat, 2001.
- Situmorang, Syafrizal Helmi, dkk., *Analisis Data Penelitian: Menggunakan Program SPSS*, Medan: USU Pers, 2008.
- Stephen P. Robbins & Marry Coulter, *Manajemen*, Jakarta: Indeks, 2009.
- Stephen P. Robbins & Timothy A. Judge, *Perilaku Organisasi*, Jakarta: Salemba Empat, 2009.
- Sudarwan Danim, *Metode Penelitian Untuk Ilmu-Ilmu Perilaku*, Jakarta: Bumi Aksara, 2007.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2005.
- Sugiyono & Agus Susanto, *Cara Mudah Belajar SPSS dan Lisrel*, Bandung: Alfabeta, 2015.
- Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- _____, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2013.
- Suliyanto, *Metode Riset Bisnis*, Yogyakarta: Andi, 2009.
- Syafruddin Chan, *Relationship Marketing: Inovasi Pemasaran yang Membuat Pelanggan Bertekuk Lutut*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003.
- Yosal Iriantara, dkk., *Komunikasi Bisnis*, Jakarta: Universitas Terbuka, 2011.

Sumber Lain

- Ade Titi Nifita, "Pengaruh Citra BCA Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan BCA Cabang Jambi" dalam E-Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jambi, Volume 2, No. 2, Juli-Desember 2010.
- Adi Krismanto, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Semarang Pattimura)", Tesis, Universitas Diponegoro Semarang, 2009.
- Anggoro Danang Setyanto, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan dan Komplain (Studi Kasus Pada Nasabah Asuransi Jiwa di AJB Bumiputera 1912 Kantor Cabang Magelang)", Skripsi, Universitas Sebelas Maret Surakarta, 2010.
- Arif Nur Rahmanudin, "Pengaruh Antara *Relationship Marketing* dan *Relationship Quality* Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Permata, Tbk Cabang Slamet Riyadi Kota Surakarta)", Skripsi, Universitas Sebelas Maret Surakarta, 2012.
- Astri Dhiah Maharani, "Analisis Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Mega Semarang", Skripsi, Universitas Diponegoro Semarang, 2010.
- Dwi Novel Putri Yanti, "Kualitas Komunikasi Pelayanan *Customer Service* di PT. Indosat, Tbk Balikpapan" dalam E-Jurnal Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman, Volume 1, No. 2, 2013.
- Egha Ezar Junaeka Hassany, "Pengaruh *Relationship Quality* Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada BNI Syariah Yogyakarta)", Skripsi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2013.
- Elfaida Rizki, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Hubungan Emosional Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Pematangsiantar", Skripsi, Universitas Sumatera Utara, 2015.
- Faris Mujaddid Adi Nugroho, "Pengaruh Kepercayaan Pelanggan, Komitmen Pelanggan, dan Komunikasi *Word Of Mouth* Terhadap Loyalitas Pelanggan Minimarket", Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta, 2015.
- Firmansyah, "Faktor-Faktor Yang Berhubungan Dengan Loyalitas Nasabah Bank Syariah (Studi Pada Nasabah PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Kalimalang)", Skripsi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2008.
- Gina Nadiya Suary, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah Tabungan di Perbankan Syaiah Yogyakarta (Studi Kasus Pada BNI

Syariah Cabang Yogyakarta)”, Skripsi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2014.

Nadira Artantie, “Pengaruh Komunikasi, Kepercayaan, Komitmen, dan Penyelesaian Masalah Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Nasabah Debitur PD. BPR Tugu Artha Malang)”, Skripsi, Universitas Brawijaya, 2014.

Okky Erviana, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap di RSUD Dr. Soewondo Kendal”, Skripsi, Universitas Negeri Semarang, 2013.

Panjaitan, Surya Darma Putra, “Pengaruh Kualitas Hubungan (*Relationship Quality*) Terhadap Loyalitas Pelanggan *Doorsmeer* Pada CV. Balian Guru Medan”, Skripsi, Universitas Sumatera Utara, 2008.

Ritonga, Nuri Handayani, “Pengaruh *Relationship Quality* Terhadap Loyalitas Nasabah Menggunakan Tabungan *Marhamah* Pada Bank SUMUT Syariah Cabang Medan”, Skripsi, Universitas Sumatera Utara, 2010.

Sri Wahyuni, “Pengaruh *Relationship Quality* Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank CIMB Niaga, Tbk Medan”, Skripsi, Universitas Sumatera Utara, 2010.

Sumaryatun, “Pengaruh *Relationship Quality* Pada Loyalitas Nasabah (Survei Pada PD. BPR Purworejo)”, dalam E-Jurnal Manajemen dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Purworejo, Volume 10, No. 1a, 2014.

Tatang Kusmayadi, “Pengaruh *Relationship Quality* Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan”, Skripsi, STIE STAN Indonesia Mandiri, 2007.

Sumber Internet

<http://www.bankmuamalat.co.id/profil-bank-muamalat>

<http://www.bankmuamalat.co.id/tabungan-consumer/tabungan-muamalat-ib>

<http://www.bankmuamalat.co.id/visi-misi>

www.wikipedia.com

Sumber Alquran

Departemen Agama, *Al-Quran Tajwid Warna, Transliterasi Per Kata, Terjemahan Per Kata*, Bekasi: Cipta Bagus Segara, 2014.

Sumber Wawancara

Wawancara dengan karyawan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan yaitu Bapak Rizky Fahlevi.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS PRIBADI

1. Nama : Ade Ulan Sari Hasibuan
2. Tempat/Tgl. Lahir : Perdagangan/24 Oktober 1994
3. Agama : Islam
4. Jenis Kelamin : Perempuan
5. Alamat : Jalan Dr. Payungan Dalimunthe, Gang Padang Bolak,
Kelurahan Tano Bato, Kota Padangsidempuan
6. Email : adewulansarihasibuan@yahoo.com
7. Blog : <http://adewulansarihasibuan.blogspot.com>
<http://adewulansarihsb.tumblr.com>

II. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. TK Aisyiyah Bustanul Athfal Pematangsiantar (1998-2000).
2. SD Negeri 200105 Padangsidempuan (2000-2002).
3. SD Negeri 200113 Padangsidempuan (2002-2006).
4. MTs Negeri 1 Padangsidempuan (2006-2009).
5. MA Negeri 2 Padangsidempuan (2009-2012).
6. Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan (2012-2016).



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDEMPUN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. T. Rizal Nordin Km. 4,5 Sibitang, Padangsidempuan 22733
Telp.(0634) 22080 Fax.(0634) 24022

Nomor : Ib.19/Gla.PP.00.9/2016
Lampiran :
Perihal : *Pemohonan Kesediaan
Menjadi Pembimbing*

Padangsidempuan, 29 Februari 2016

Kepada Yth.
Bapak/Ibu :
1. Budi Gautama Siregar, M.M
2. Delima Sari Lubis, SEL., M.A
di-
Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

Nama : Ade Ulan Sari Hasibuan
NIM : 12 220 0046
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh *Relationship Quality* (Kualitas Hubungan) Terhadap Loyalitas Nasabah Menggunakan Tabungan BSM Pada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Padangsidempuan.
Judul Perbaikan : Pengaruh *Relationship Quality* (Kualitas Hubungan) Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Muamalat iB Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.

Seiring dengan hal tersebut, kami mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu menjadi Pembimbing I dan Pembimbing II penelitian penulisan Skripsi mahasiswa dimaksud.

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Mengetahui:



H. Fatahuddin Ariz Siregar, M.Ag

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

Ketua Jurusan Perbankan Syariah

Abdul Nasser Hasibuan, SE., M.Si
NIP. 19790525 200604 1 004

PERNYATAAN KESEDIAAN SEBAGAI PEMBIMBING

BERSEDIA/TIDAK-BERSEDIA
PEMBIMBING I

BERSEDIA/TIDAK-BERSEDIA
PEMBIMBING II

Budi Gautama Siregar, M.M
NIP. 19790720 201101 1 005

Delima Sari Lubis, SEL., M.A
NIP. 19840512 201403 2 002



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

Nomor : B-916 An.14/G/TL.00/03/2016
Lamp.
Hal: Mohon Izin Riset

Padangsidempuan, 4 Maret 2016

Kepada
Yth Pimpinan PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk
Cabang Padangsidempuan
di-
Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

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

Nama : Ade Ulan Sari Hasibuan
NIM : 12 220 0046
Semester : VIII (Delapan)
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Perbankan Syariah

Adalah benar Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul "Pengaruh *Relationship Quality* (Kualitas Hubungan) terhadap *Loyalitas Nasabah* tabungan Muamalat iB Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan".

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.

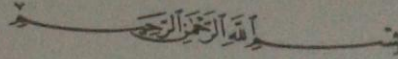
Wassalamu'alaikum Wr.Wb.



Dekan,

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

Bank Muamalat



No.182/BMI-PSP/VI/2016

Padangsidimpuan, 13 Juni 2016 M
08 Ramadhan 1437 H

Kepada Yth:
Bapak/Ibu Dekan Fakultas Ekonomi
Institut Agama Islam Negeri
Padangsidimpuan
Di Tempat

Perihal : Keterangan Penelitian

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua dalam menjalankan aktivitas sehari-hari, Amin.

Menindaklanjuti surat yang kami terima nomor In.216/In.14//G/TL.00/03/2016 tanggal 14 Maret 2016 perihal mohon izin mengadakan penelitian, maka dengan ini dapat kami sampaikan bahwa :

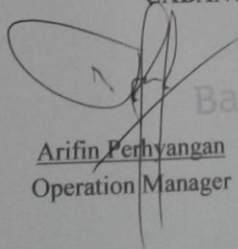
Nama : Ade Ulan Sari Hasibuan
NIM : 12.220.0046
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syari'ah

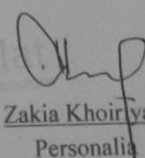
Adalah benar telah diterima dan telah selesai mengadakan penelitian di Bank Muamalat Indonesia Cabang Padangsidimpuan pada tanggal 30 Mei 2016 sampai tanggal 10 Juni 2016 dengan judul skripsi : **"Pengaruh Relationship Quality (Kualitas Hubungan) Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidimpuan"**.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

PT. BANK MUAMALAT INDONESIA, Tbk.
CABANG PADANGSIDIMPUAN


Arifin Perhyangan
Operation Manager


Zakia Khoiriyah
Personalia

Lampiran 1

Daftar Kuesioner

Kepada Yth:
Bapak/Ibu/Saudara/i
Ditempat

1. Dengan segala kerendahan hati dan harapan, peneliti memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi daftar pernyataan ini dengan sejujurnya sesuai dengan kenyataan yang ada.
2. Kuesioner ini dibuat untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam rangka menyusun skripsi yang merupakan syarat untuk menyelesaikan studi pada program Sarjana Ekonomi dan Bisnis Islam dalam bidang ilmu Perbankan Syari'ah dengan judul: Pengaruh *Relationship Quality* (Kualitas Hubungan) Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Muamalat iB Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan.
3. Peneliti memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuesioner ini dengan memilih jawaban yang disediakan dan jawaban tersebut dijamin kerahasiaannya serta tidak berpengaruh terhadap kondisi Bapak/Ibu/Saudara/i sebagai nasabah.
4. Atas kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i meluangkan waktu untuk membantu peneliti mengisi kuesioner ini, peneliti mengucapkan terimakasih.

Peneliti

ADE ULAN SARI HASIBUAN
12 220 0046

KUESIONER PENELITIAN
PENGARUH *RELATIONSHIP QUALITY* (KUALITAS HUBUNGAN)
TERHADAP LOYALITAS NASABAH TABUNGAN MUAMALAT iB
PADA PT. BANK MUAMALAT INDONESIA, Tbk CABANG
PADANGSIDIMPUAN

1. Identitas Responden

Nama :

Alamat :

Jenis Kelamin :

Umur :

Pendidikan terakhir :

Pekerjaan :

Sudah berapa lama menjadi nasabah tabungan Muamalat iB:

a. < 6 bulan c. 1 s/d 2 tahun

b. 6 s/d 12 bulan d. > 2 tahun

2. Petunjuk pengisian

Beri tanda cek list (√) pada salah satu jawaban yang paling sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu/Saudara/i.

Kriteria Penelitian

No	Pernyataan	Skor
1	Sangat setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Ragu-ragu (RR)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Pernyataan

1. PERNYATAAN VARIABEL KEPERCAYAAN

No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Bank Muamalat dapat dipercaya sebagai perusahaan perbankan yang mempunyai reputasi yang baik.					
2	Karyawan Bank Muamalat memiliki wawasan luas mengenai produk Bank Muamalat.					
3	Saya merasa aman ketika bertransaksi di Bank Muamalat.					
4	Karyawan Bank Muamalat dengan senang hati menjawab pertanyaan saya mengenai produk Bank Muamalat.					
5	Karyawan Bank Muamalat memiliki kemampuan yang baik sehingga menumbuhkan kepercayaan saya.					
6	Saya percaya Bank Muamalat dapat memenuhi janjinya dalam memberikan pelayanan terbaik bagi nasabahnya.					

2. PERNYATAAN VARIABEL KEPUASAN

No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Saya puas terhadap pelayanan yang diberikan karyawan Bank Muamalat.					
2	Saya puas dengan kemudahan dalam setiap melakukan transaksi.					
3	Saya puas dengan kenyamanan ruangan yang ada pada Bank Muamalat.					
4	Saya puas dengan kinerja karyawan Bank Muamalat saat melakukan penghitungan jumlah uang nasabah dengan teliti.					
5	Saya puas dengan kinerja karyawan Bank Muamalat saat melakukan penginputan data nasabah dengan teliti.					
6	Saya merasa pelayanan yang diberikan oleh Bank Muamalat lebih memuaskan dibandingkan dengan bank lain.					

3. PERNYATAAN VARIABEL PERSEPSI

No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Proses pelayanan nasabah oleh karyawan Bank Muamalat dilakukan dengan tanggap.					
2	Proses pelayanan nasabah oleh karyawan Bank Muamalat dilakukan dengan cepat.					
3	Karyawan Bank Muamalat memahami hal yang nasabah inginkan dalam bertransaksi.					
4	Karyawan Bank Muamalat bekerja secara profesional dibidang pelayanan.					
5	Saya menerima pelayanan yang cepat saat melakukan transaksi.					
6	Saya menerima pelayanan yang tanggap saat melakukan transaksi.					

4. PERNYATAAN VARIABEL KOMUNIKASI

No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Karyawan Bank Muamalat memberikan informasi kepada nasabah dengan jelas.					
2	Karyawan Bank Muamalat memberikan informasi dengan tutur kata yang baik.					
3	Karyawan Bank Muamalat mendengarkan keluhan nasabah tanpa menyela.					
4	Karyawan Bank Muamalat menanggapi dengan baik setiap nasabahnya.					
5	Karyawan Bank Muamalat memahami keinginan nasabah.					
6	Karyawan Bank Muamalat sangat menghargai setiap nasabah yang datang.					

5. PERNYATAAN VARIABEL IKATAN SOSIAL/PERSAHABATAN

No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Bank Muamalat memiliki karyawan yang bisa memberikan perhatian secara personal kepada nasabah.					
2	Petugas Bank Muamalat memberikan perhatian secara penuh kepada nasabah.					
3	Sikap karyawan Bank Muamalat kepada nasabah sangat bersahabat.					
4	Saya percaya bahwa Bank Muamalat mampu memberikan yang terbaik demi menjalin hubungan persahabatan dengan nasabahnya.					
5	Karyawan Bank Muamalat mampu merespon permintaan nasabah.					
6	Hubungan antara Bank Muamalat dengan nasabah terjalin dengan baik.					

6. PERNYATAAN VARIABEL LOYALITAS NASABAH

No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Saya sering melakukan transaksi di Bank Muamalat.					
2	Saya tertarik menggunakan produk Bank Muamalat selain produk yang telah saya gunakan.					
3	Saya telah menggunakan produk Bank Muamalat selain produk yang telah saya gunakan.					
4	Saya telah memberikan rekomendasi tentang Bank Muamalat kepada orang lain.					
5	Saya tidak ingin pindah ke bank yang lain.					
6	Saya merasa senang menjadi nasabah Bank Muamalat dibandingkan dengan bank lain.					

Lampiran 2**Hasil Uji Instrumen Variabel Kepercayaan (X₁)**

Responden	Butir Soal						Skor Total
	1	2	3	4	5	6	
1	5	4	5	4	5	5	28
2	4	3	3	3	3	3	19
3	5	4	4	4	4	4	25
4	4	3	3	3	3	3	19
5	5	5	5	5	5	5	30
6	5	5	5	5	5	5	30
7	4	4	5	5	4	5	27
8	3	4	4	4	3	3	21
9	4	4	4	3	4	3	22
10	4	4	3	4	4	3	22
11	5	5	5	5	4	4	28
12	4	4	4	4	4	4	24
13	4	4	5	5	4	4	26
14	5	4	4	4	5	5	27
15	4	4	5	5	4	4	26
16	5	5	5	5	5	5	30
17	4	5	4	4	4	4	25
18	3	4	4	4	4	3	22
19	5	4	4	4	4	3	24
20	5	4	4	4	4	3	24
21	4	4	4	5	4	4	25
22	5	4	4	5	5	5	28
23	4	4	4	4	4	4	24
24	4	3	1	4	4	4	20
25	4	4	4	5	5	4	26
26	4	4	4	4	4	4	24
27	5	4	4	4	4	5	26
28	4	4	4	2	4	4	22
29	5	5	4	5	5	5	29
30	4	4	4	5	4	5	26
31	4	4	4	4	4	4	24
32	4	4	4	4	4	4	24
33	4	4	4	4	4	4	24
34	5	5	5	5	5	5	30
35	4	4	4	4	4	4	24

36	4	4	4	4	4	4	24
37	4	4	4	4	4	4	24
38	3	4	4	4	4	3	22
39	4	4	4	4	4	4	24
40	4	5	4	4	4	4	25
41	4	4	4	4	4	4	24
42	3	3	4	4	4	3	21
43	4	3	3	4	4	3	21
44	4	4	4	4	3	2	21
45	4	4	5	5	4	4	26
46	4	4	5	5	4	4	26
47	3	2	4	3	2	2	16
48	4	3	4	4	3	2	20
49	4	4	4	4	4	4	24
50	5	4	5	4	4	4	26
51	4	4	5	4	4	4	25
52	4	5	5	5	4	2	25
53	5	4	5	4	4	4	26
54	3	3	4	3	3	3	19
55	4	3	4	4	4	4	23
56	5	4	4	4	4	4	25
57	4	3	4	5	4	4	24
58	4	3	4	5	4	4	24
59	4	4	4	4	4	4	24
60	4	4	4	4	4	4	24
61	4	3	4	4	4	4	23
62	4	4	4	4	4	4	24
63	4	4	3	4	4	3	22
64	3	3	4	4	3	2	19
65	4	5	5	5	5	4	28
66	4	4	4	4	3	3	22
67	4	4	5	5	4	4	26
68	4	4	4	4	4	4	24
69	5	5	5	4	3	3	25
70	5	4	5	4	4	4	26
71	4	4	4	4	4	4	24
72	4	4	5	4	4	4	25
73	5	4	4	4	4	4	25
74	5	4	5	4	4	4	26

75	4	4	4	4	4	4	24
76	5	4	5	5	3	3	25
77	5	3	5	5	3	4	25
78	5	4	4	4	4	4	25
79	4	4	4	4	4	4	24
80	5	3	5	5	3	4	25
81	5	4	5	4	3	3	24
82	5	3	4	4	3	3	22
83	4	3	5	5	3	3	23
84	5	3	5	5	3	3	24
85	5	3	4	5	3	2	22
86	4	4	5	5	3	3	24
87	4	4	4	4	3	3	22
88	5	4	4	5	3	4	25
89	4	4	4	4	4	4	24
90	5	4	4	5	4	3	25
91	5	4	4	5	3	3	24
92	4	4	5	4	4	3	24
93	4	4	5	4	4	4	25
94	4	4	4	4	4	4	24
95	4	5	4	4	5	4	26

Hasil Uji Instrumen Variabel Kepuasan (X_2)

Responden	Butir Soal						Skor Total
	1	2	3	4	5	6	
1	5	4	5	5	5	5	29
2	2	2	2	2	2	3	13
3	4	4	4	4	4	3	23
4	3	3	4	4	4	3	21
5	5	5	5	5	5	4	29
6	5	5	5	5	5	4	29
7	5	5	5	5	5	4	29
8	2	4	4	3	4	3	20
9	4	4	3	4	4	3	22
10	3	3	4	4	3	3	20
11	4	4	5	4	5	4	26
12	4	3	4	4	4	3	22
13	5	5	5	5	5	4	29
14	5	5	4	5	4	3	26
15	4	3	4	4	4	4	23
16	4	4	4	4	4	4	24
17	5	4	4	4	4	4	25
18	4	4	4	4	4	3	23
19	4	4	4	4	4	3	23
20	4	4	4	4	4	3	23
21	4	4	3	4	4	4	23
22	5	4	4	4	4	4	25
23	4	4	4	4	4	2	22
24	4	2	4	4	4	1	19
25	5	4	5	5	5	4	28
26	4	4	4	4	4	4	24
27	4	4	4	5	5	4	26
28	4	4	4	2	4	5	23
29	5	5	4	5	5	4	28
30	4	4	4	4	4	4	24
31	4	4	4	4	4	4	24
32	4	4	4	4	4	4	24
33	4	4	4	4	4	4	24
34	5	5	5	5	5	5	30
35	4	4	4	4	4	4	24
36	4	4	4	4	4	4	24

37	2	2	4	4	4	3	19
38	2	2	4	4	4	3	19
39	4	4	4	4	4	4	24
40	4	4	4	4	4	2	22
41	4	4	4	4	4	2	22
42	3	4	4	4	4	3	22
43	4	3	4	4	4	3	22
44	3	4	4	4	3	2	20
45	4	4	4	4	4	3	23
46	5	5	4	4	4	4	26
47	2	4	4	2	3	1	16
48	1	1	4	1	4	1	12
49	4	4	4	4	4	4	24
50	3	4	4	5	4	4	24
51	4	4	4	4	4	3	23
52	4	5	5	5	4	3	26
53	3	4	2	4	1	3	17
54	3	4	4	3	3	4	21
55	4	3	5	5	4	4	25
56	4	4	4	4	4	5	25
57	4	3	5	5	3	5	25
58	4	3	5	3	3	5	23
59	3	3	4	4	4	4	22
60	5	4	4	4	4	4	25
61	4	3	4	4	4	3	22
62	4	3	4	4	4	4	23
63	4	3	4	4	4	3	22
64	2	2	4	2	2	2	14
65	4	4	5	4	4	3	24
66	4	3	4	3	4	3	21
67	5	5	4	4	4	4	26
68	4	4	4	4	4	4	24
69	5	3	5	5	5	4	27
70	4	4	5	4	4	5	26
71	4	4	4	4	3	3	22
72	4	4	4	5	4	4	25
73	4	4	5	5	3	3	24
74	5	4	5	4	4	3	25
75	5	3	5	5	3	3	24

76	4	4	4	4	4	4	24
77	5	5	5	4	3	3	25
78	4	3	5	4	4	4	24
79	5	5	5	4	3	3	25
80	5	3	5	4	3	5	25
81	5	4	5	4	4	3	25
82	5	4	5	4	4	4	26
83	4	3	4	4	4	4	23
84	4	4	5	3	4	5	25
85	4	4	5	4	4	4	25
86	4	3	5	5	3	3	23
87	4	4	4	4	4	4	24
88	5	4	5	5	3	3	25
89	4	4	5	4	4	4	25
90	5	2	5	4	4	4	24
91	5	4	4	4	4	4	25
92	5	3	5	5	4	4	26
93	4	4	5	5	5	4	27
94	4	4	5	4	4	4	25
95	5	4	5	5	4	5	28

Hasil Uji Instrumen Variabel Persepsi (X₃)

Responden	Butir Soal						Skor Total
	1	2	3	4	5	6	
1	5	5	5	5	5	5	30
2	2	2	2	2	2	2	12
3	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	3	3	3	3	20
5	5	5	5	5	5	5	30
6	5	5	5	4	5	5	29
7	5	5	5	5	5	5	30
8	4	4	4	3	4	4	23
9	4	3	4	4	3	3	21
10	4	3	4	4	3	4	22
11	4	4	4	5	4	4	25
12	4	4	3	4	3	4	22
13	5	5	4	4	5	5	28
14	4	4	4	4	5	5	26
15	4	3	3	4	3	4	21
16	4	4	4	4	4	4	24
17	4	4	4	4	4	4	24
18	3	3	5	5	4	4	24
19	3	3	5	5	4	4	24
20	3	3	5	5	4	4	24
21	4	4	4	4	4	4	24
22	4	4	4	4	4	4	24
23	4	4	4	4	4	4	24
24	4	2	2	3	4	4	19
25	5	5	5	4	5	5	29
26	4	4	4	4	4	4	24
27	4	4	4	4	5	5	26
28	2	4	2	4	4	4	20
29	5	5	5	5	5	5	30
30	4	4	4	4	4	4	24
31	4	4	4	4	4	4	24
32	4	4	4	4	4	4	24
33	4	4	4	4	4	4	24
34	5	5	5	5	5	5	30
35	4	4	4	4	4	4	24
36	4	4	4	4	4	4	24

37	4	4	4	4	4	4	24
38	4	4	4	4	2	2	20
39	4	4	4	4	4	4	24
40	4	4	4	4	4	4	24
41	4	4	4	4	4	4	24
42	3	4	4	4	3	3	21
43	4	4	3	3	4	4	22
44	4	4	3	4	4	4	23
45	4	4	4	4	4	4	24
46	5	4	4	5	4	4	26
47	3	2	3	1	2	2	13
48	4	2	2	4	1	1	14
49	4	4	4	4	4	4	24
50	4	4	3	4	3	3	21
51	3	3	3	3	3	4	19
52	4	4	4	4	5	5	26
53	4	4	3	4	2	4	21
54	3	3	4	4	4	4	22
55	4	4	3	3	4	4	22
56	4	4	4	4	4	4	24
57	3	4	3	4	4	4	22
58	4	3	4	3	4	4	22
59	3	4	3	4	3	4	21
60	4	4	4	4	4	4	24
61	3	3	4	4	3	3	20
62	4	4	3	3	4	4	22
63	4	3	4	4	2	4	21
64	2	2	4	3	3	3	17
65	4	3	4	4	5	5	25
66	3	4	4	3	4	3	21
67	5	4	4	5	4	4	26
68	4	4	4	4	4	4	24
69	4	3	5	5	3	5	25
70	5	4	5	5	4	5	28
71	3	3	5	5	3	3	22
72	5	4	5	5	4	5	28
73	5	3	5	5	3	5	26
74	4	4	5	5	4	4	26
75	5	5	5	5	4	4	28

76	4	5	3	5	4	4	25
77	3	3	5	5	4	3	23
78	5	5	2	5	5	4	26
79	5	4	4	5	4	4	26
80	4	5	3	5	5	4	26
81	4	4	3	3	4	5	23
82	5	5	5	5	3	2	25
83	4	3	4	5	3	4	23
84	5	4	5	4	4	4	26
85	4	4	5	5	4	2	24
86	5	5	4	4	3	3	24
87	4	4	4	4	4	4	24
88	4	4	4	4	4	5	25
89	4	4	4	4	4	4	24
90	4	4	4	4	4	4	24
91	5	5	5	5	5	4	29
92	3	3	4	4	4	4	22
93	4	5	4	5	5	4	27
94	5	3	5	5	3	2	23
95	5	4	4	5	4	4	26

Hasil Uji Instrumen Variabel Komunikasi (X₄)

Responden	Butir Soal						Skor Total
	1	2	3	4	5	6	
1	4	5	4	5	5	5	28
2	3	3	3	3	3	3	18
3	5	5	4	4	4	5	27
4	4	4	3	3	3	4	21
5	5	5	5	5	5	5	30
6	5	5	5	5	5	5	30
7	5	5	5	5	5	5	30
8	3	4	3	3	3	4	20
9	4	4	3	3	3	4	21
10	4	4	4	4	4	4	24
11	4	5	5	4	4	5	27
12	4	4	3	4	4	4	23
13	5	5	5	5	4	5	29
14	4	4	4	5	4	5	26
15	4	4	4	4	4	4	24
16	5	5	5	5	5	5	30
17	4	4	4	4	4	5	25
18	4	4	3	3	4	4	22
19	4	4	3	3	4	4	22
20	4	4	3	3	4	4	22
21	4	4	4	4	4	4	24
22	4	4	4	4	4	4	24
23	4	4	4	4	4	4	24
24	4	4	3	4	4	4	23
25	5	5	5	5	5	5	30
26	4	4	4	4	4	4	24
27	5	5	5	5	4	5	29
28	4	4	2	4	2	4	20
29	5	5	5	5	4	4	28
30	4	4	4	4	4	4	24
31	4	4	4	4	4	4	24
32	4	4	4	4	4	4	24
33	4	4	4	4	4	4	24
34	5	5	5	5	5	5	30
35	4	4	4	4	4	4	24
36	4	4	4	4	4	4	24

37	4	4	4	4	4	4	24
38	4	4	4	4	4	4	24
39	4	4	4	4	4	4	24
40	4	4	4	4	4	4	24
41	4	4	4	4	4	4	24
42	4	4	4	4	4	4	24
43	4	4	4	4	4	4	24
44	4	4	4	4	3	4	23
45	4	4	4	4	4	4	24
46	5	4	4	5	4	4	26
47	2	4	3	2	3	3	17
48	4	4	1	1	1	3	14
49	4	4	4	4	4	4	24
50	4	5	3	5	4	5	26
51	4	4	3	4	4	4	23
52	4	4	4	4	4	4	24
53	4	4	3	4	3	5	23
54	3	4	4	4	4	4	23
55	4	5	3	3	3	4	22
56	4	4	4	4	4	4	24
57	4	5	4	4	2	4	23
58	5	5	4	4	3	5	26
59	4	3	4	4	3	4	22
60	4	4	4	4	4	4	24
61	4	4	4	4	3	4	23
62	4	4	4	4	4	4	24
63	4	4	4	4	3	4	23
64	4	4	3	2	2	4	19
65	4	5	4	4	4	5	26
66	4	4	4	4	4	4	24
67	5	4	4	5	4	4	26
68	4	4	4	4	4	4	24
69	5	5	3	5	4	5	27
70	5	5	3	5	3	5	26
71	5	5	2	4	2	5	23
72	5	5	3	4	3	4	24
73	5	5	3	5	3	5	26
74	4	4	4	4	3	5	24
75	5	5	3	4	4	5	26

76	4	4	3	4	3	5	23
77	5	5	3	3	3	5	24
78	5	5	4	4	4	4	26
79	5	5	4	4	4	4	26
80	5	5	4	4	3	4	25
81	5	5	3	3	3	5	24
82	5	5	3	4	3	5	25
83	5	5	3	5	3	4	25
84	4	4	5	5	4	5	27
85	4	4	4	4	4	5	25
86	4	4	4	4	4	4	24
87	4	5	4	4	4	4	25
88	5	5	3	4	3	4	24
89	4	4	4	4	4	4	24
90	4	4	4	4	4	4	24
91	5	5	3	3	3	5	24
92	4	5	4	4	4	5	26
93	4	4	4	5	4	5	26
94	5	5	4	5	3	5	27
95	5	5	5	5	4	5	29

Hasil Uji Instrumen Variabel Ikatan Sosial atau Persahabatan (X_5)

Responden	Butir Soal						Skor Total
	1	2	3	4	5	6	
1	4	5	5	5	5	5	29
2	2	2	4	4	4	4	20
3	4	3	4	4	3	3	21
4	2	2	2	2	2	3	13
5	5	5	5	5	5	5	30
6	5	5	5	5	5	5	30
7	5	5	5	5	5	5	30
8	3	3	2	3	4	4	19
9	3	3	3	3	3	3	18
10	4	4	4	4	4	4	24
11	4	4	5	4	4	4	25
12	4	4	4	4	4	4	24
13	4	4	5	4	4	5	26
14	5	4	4	4	4	5	26
15	5	5	5	5	4	4	28
16	4	4	4	4	4	4	24
17	4	4	4	3	4	3	22
18	3	3	4	4	4	4	22
19	3	3	4	4	4	4	22
20	3	3	4	4	4	4	22
21	4	4	5	4	4	4	25
22	4	4	4	4	4	4	24
23	4	4	4	4	4	4	24
24	3	3	4	3	4	4	21
25	5	4	5	5	5	5	29
26	4	4	4	4	4	4	24
27	5	4	5	4	4	4	26
28	5	2	4	4	2	4	21
29	5	5	5	5	4	4	28
30	4	4	4	4	4	4	24
31	4	4	4	4	4	4	24
32	4	4	4	4	4	4	24
33	4	4	4	4	4	4	24
34	5	5	5	5	5	5	30
35	4	4	4	4	4	4	24
36	4	4	4	4	4	4	24

37	4	4	4	4	4	4	24
38	3	3	4	4	3	4	21
39	4	4	4	4	4	4	24
40	4	4	4	4	4	4	24
41	4	4	4	4	4	4	24
42	4	4	4	4	4	4	24
43	3	3	4	3	4	4	21
44	4	4	4	4	4	4	24
45	4	4	4	4	4	4	24
46	4	5	5	4	4	4	26
47	2	2	3	3	3	2	15
48	3	3	3	2	2	4	17
49	4	4	5	5	5	5	28
50	4	3	4	4	4	3	22
51	4	4	4	4	3	3	22
52	4	4	4	4	4	4	24
53	3	4	4	4	4	3	22
54	4	4	4	3	4	4	23
55	4	3	5	4	4	4	24
56	4	4	4	4	4	4	24
57	3	4	4	4	3	4	22
58	4	4	4	5	4	4	25
59	4	3	4	4	3	4	22
60	4	4	4	4	4	4	24
61	3	3	4	3	4	4	21
62	3	4	4	3	4	4	22
63	5	5	4	4	4	4	26
64	3	3	3	3	3	3	18
65	4	4	4	4	4	4	24
66	3	4	4	4	3	4	22
67	4	5	5	4	4	4	26
68	3	3	5	4	4	5	24
69	4	4	5	4	4	5	26
70	3	3	5	5	4	4	24
71	3	3	4	4	4	4	22
72	4	4	5	4	4	4	25
73	3	3	5	5	5	5	26
74	3	3	5	4	4	5	24
75	4	4	4	4	4	4	24

76	4	4	5	4	4	4	25
77	2	4	5	5	4	5	25
78	3	4	5	5	5	5	27
79	4	3	5	4	4	4	24
80	3	4	5	4	4	5	25
81	3	3	5	5	4	5	25
82	3	3	5	5	4	5	25
83	3	3	4	5	4	5	24
84	3	3	5	4	4	5	24
85	3	3	5	4	4	5	24
86	4	4	4	4	4	4	24
87	4	4	4	3	4	5	24
88	4	3	4	5	4	4	24
89	3	4	4	4	4	4	23
90	4	4	4	4	4	4	24
91	4	4	5	5	5	5	28
92	4	4	5	4	4	5	26
93	4	4	4	4	4	4	24
94	4	4	5	4	5	4	26
95	5	5	5	5	4	5	29

Hasil Uji Instrumen Variabel Loyalitas Nasabah (Y)

Responden	Butir Soal						Skor Total
	1	2	3	4	5	6	
1	5	5	4	5	5	5	29
2	4	5	3	2	3	3	20
3	5	5	4	5	4	3	26
4	5	5	4	2	3	2	21
5	5	5	4	5	5	5	29
6	5	5	5	5	5	5	30
7	5	5	5	5	5	4	29
8	5	5	4	4	3	3	24
9	4	4	4	4	3	3	22
10	4	4	5	3	3	4	23
11	5	5	4	4	4	4	26
12	4	4	4	4	4	3	23
13	5	5	5	3	5	5	28
14	5	5	5	3	4	4	26
15	5	5	4	5	4	4	27
16	5	5	5	5	5	4	29
17	5	5	4	3	4	4	25
18	5	5	5	3	2	2	22
19	5	5	4	4	4	2	24
20	4	4	4	4	4	2	22
21	4	4	4	4	4	4	24
22	5	5	4	5	4	4	27
23	4	4	4	4	4	4	24
24	4	4	2	4	4	4	22
25	5	5	5	5	5	4	29
26	4	4	4	4	4	4	24
27	5	5	5	5	4	4	28
28	5	3	5	4	3	2	22
29	5	5	5	5	4	4	28
30	5	5	5	4	4	3	26
31	4	4	4	4	4	3	23
32	4	5	4	4	4	4	25
33	4	4	4	4	4	4	24
34	5	5	5	5	5	5	30
35	4	4	5	4	4	3	24
36	5	4	4	4	4	3	24

37	4	4	4	4	4	4	24
38	5	5	3	3	3	3	22
39	4	4	5	5	4	4	26
40	5	5	5	4	3	2	24
41	5	5	3	4	3	3	23
42	5	5	5	2	3	3	23
43	5	5	4	4	2	2	22
44	5	3	3	5	3	3	22
45	5	4	4	5	3	4	25
46	5	5	4	4	4	4	26
47	3	2	3	4	3	3	18
48	5	4	3	3	3	3	21
49	5	4	5	4	4	3	25
50	5	5	4	4	4	4	26
51	4	4	4	4	4	4	24
52	5	5	4	3	4	4	25
53	5	3	5	4	3	3	23
54	4	4	4	5	3	3	23
55	5	3	4	5	4	3	24
56	5	5	5	5	3	3	26
57	5	2	5	5	2	4	23
58	5	5	4	5	3	2	24
59	4	3	4	4	4	3	22
60	5	3	4	4	4	4	24
61	5	3	4	4	4	3	23
62	4	3	4	4	4	3	22
63	5	4	4	3	4	3	23
64	4	3	3	3	3	3	19
65	5	5	4	4	3	4	25
66	4	4	4	4	4	4	24
67	5	5	4	4	4	4	26
68	5	5	4	4	4	3	25
69	5	5	4	5	4	4	27
70	5	5	3	5	5	3	26
71	4	5	4	4	3	4	24
72	5	5	5	5	4	4	28
73	5	5	5	4	3	4	26
74	5	5	5	4	3	5	27
75	5	5	4	5	4	4	27

76	4	4	5	5	4	4	26
77	5	5	4	3	4	4	25
78	5	4	4	4	3	4	24
79	4	5	4	4	5	4	26
80	5	5	5	4	3	4	26
81	5	5	5	4	4	4	27
82	5	5	5	4	3	4	26
83	5	5	5	5	3	4	27
84	5	5	4	5	4	4	27
85	4	5	4	5	4	4	26
86	5	5	5	5	3	4	27
87	4	4	4	4	5	4	25
88	5	5	4	5	4	3	26
89	5	4	5	5	5	4	28
90	5	5	5	4	4	4	27
91	5	5	5	5	5	4	29
92	5	5	5	5	4	4	28
93	5	4	5	4	5	4	27
94	5	5	4	5	4	5	28
95	5	5	5	5	4	5	29

Lampiran 3

Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan (X_1)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Kpn1	19,99	4,862	,416	,722
Kpn2	20,33	4,499	,561	,684
Kpn3	20,01	4,819	,367	,737
Kpn4	20,00	4,809	,423	,720
Kpn5	20,37	4,490	,551	,686
Kpn6	20,52	3,997	,570	,677

Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan (X_2)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Kps1	19,60	6,306	,731	,699
Kps2	19,88	7,444	,477	,769
Kps3	19,35	8,101	,474	,769
Kps4	19,57	7,120	,619	,734
Kps5	19,74	7,898	,478	,767
Kps6	20,07	7,218	,464	,775

Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi (X_3)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Psp1	19,75	7,999	,587	,776
Psp2	19,91	7,704	,625	,767
Psp3	19,80	8,119	,474	,801
Psp4	19,62	8,046	,541	,785
Psp5	19,93	7,388	,653	,760
Psp6	19,84	7,815	,540	,786

Hasil Uji Validitas Variabel Komunikasi (X₄)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Kmk1	20,19	5,708	,511	,780
Kmk2	20,09	5,959	,464	,790
Kmk3	20,68	5,006	,569	,769
Kmk4	20,41	4,564	,748	,719
Kmk5	20,76	5,271	,498	,786
Kmk6	20,13	5,643	,587	,767

Hasil Uji Validitas Variabel Ikatan Sosial atau Persahabatan (X₅)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Iks1	20,20	6,268	,494	,842
Iks2	20,20	5,970	,608	,817
Iks3	19,66	5,970	,701	,798
Iks4	19,89	6,031	,685	,801
Iks5	19,99	6,266	,686	,803
Iks6	19,79	6,487	,565	,824

Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Nasabah (Y)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Lyls1	20,35	5,187	,318	,601
Lyls2	20,58	4,480	,332	,593
Lyls3	20,78	4,727	,332	,591
Lyls4	20,86	4,460	,334	,593
Lyls5	21,26	4,430	,377	,574
Lyls6	21,43	4,099	,467	,534

Lampiran 4

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepercayaan (X_1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,742	6

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan (X_2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,786	6

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi (X_3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,809	6

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Komunikasi (X_4)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,801	6

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Ikatan Sosial atau Persahabatan (X_5)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,840	6

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Nasabah (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,626	6

Lampiran 5

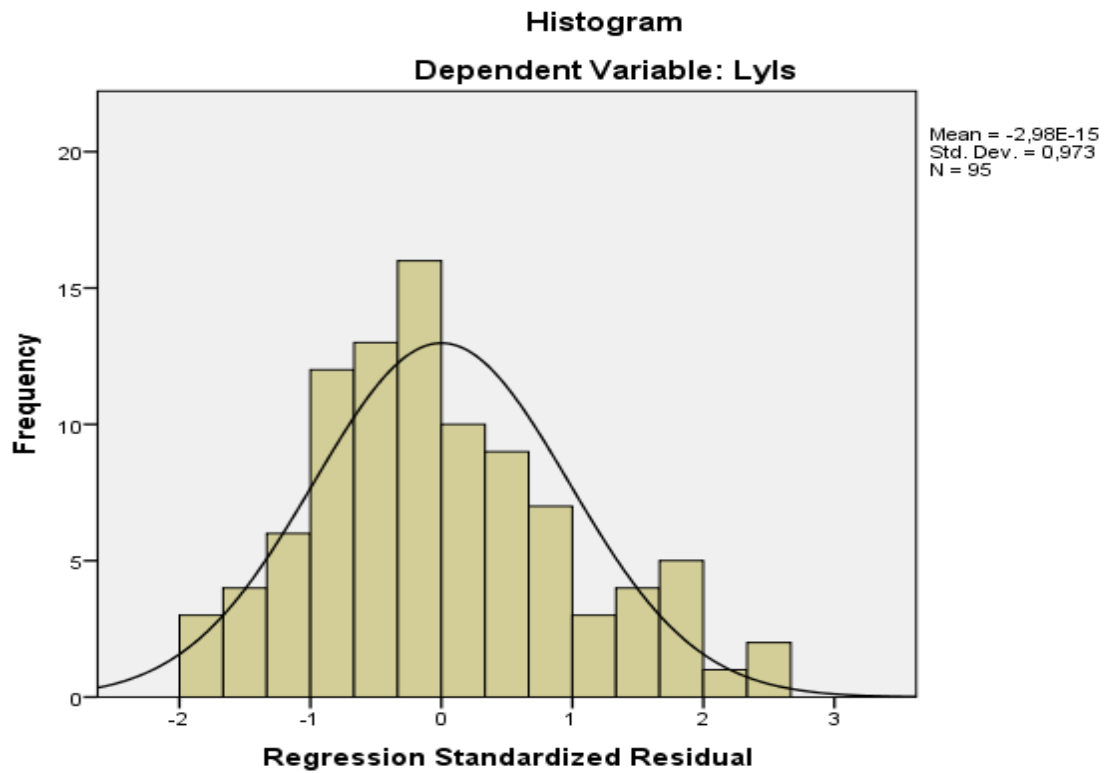
Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

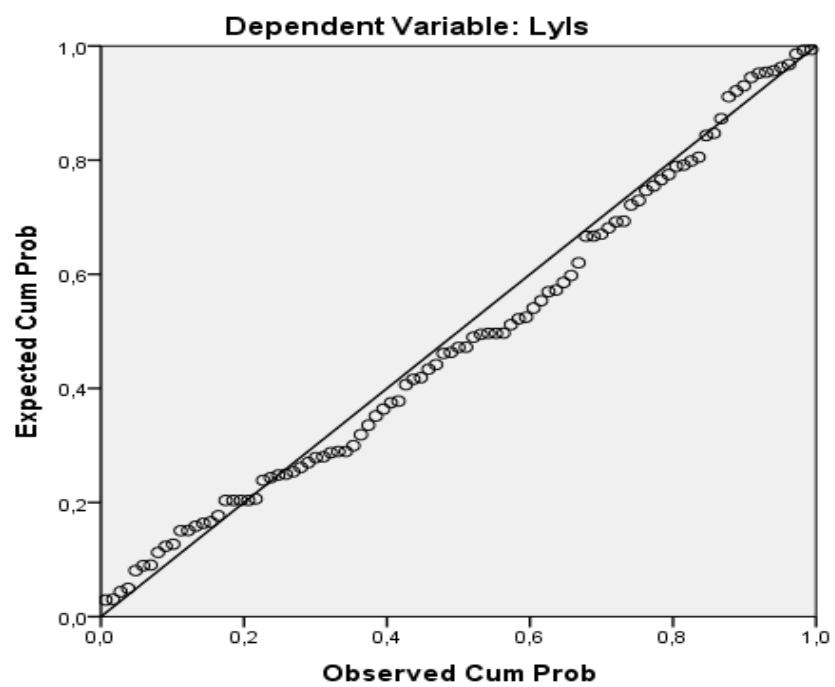
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kpn	95	16	30	24,24	2,504
Kps	95	12	30	23,64	3,185
Psp	95	12	30	23,77	3,299
Kmk	95	14	30	24,45	2,724
Iks	95	13	30	23,95	2,933
Lyls	95	18	30	25,05	2,473
Valid N (listwise)	95				

Lampiran 6

Hasil Uji Normalitas



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Lampiran 7

Hasil Uji Linieritas

MEANS TABLES=Lyls BY Kpn Kps Psp Kmk Iks
 /CELLS=MEAN COUNT STDDEV
 /STATISTICS LINEARITY.

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Lyls * Kpn	Between Groups	(Combined)	344,894	12	28,741	10,254	,000
		Linearity	335,641	1	335,641	119,745	,000
		Deviation from Linearity	9,253	11	,841	,300	,984
	Within Groups		229,843	82	2,803		
Total			574,737	94			

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Lyls * Kps	Between Groups	(Combined)	422,751	16	26,422	13,560	,000
		Linearity	377,160	1	377,160	193,561	,000
		Deviation from Linearity	45,591	15	3,039	1,560	,105
	Within Groups		151,986	78	1,949		
Total			574,737	94			

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Lyls * Psp	Between Groups	(Combined)	391,387	15	26,092	11,242	,000
		Linearity	361,574	1	361,574	155,791	,000
		Deviation from Linearity	29,813	14	2,129	,918	,544
	Within Groups		183,350	79	2,321		
Total			574,737	94			

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Lyls * Kmk	Between Groups	(Combined)	417,226	14	29,802	15,136	,000
		Linearity	379,842	1	379,842	192,923	,000
		Deviation from Linearity	37,384	13	2,876	1,461	,151
Within Groups			157,510	80	1,969		
Total			574,737	94			

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Lyls * lks	Between Groups	(Combined)	387,957	15	25,864	10,939	,000
		Linearity	347,677	1	347,677	147,053	,000
		Deviation from Linearity	40,280	14	2,877	1,217	,280
Within Groups			186,780	79	2,364		
Total			574,737	94			

Lampiran 8

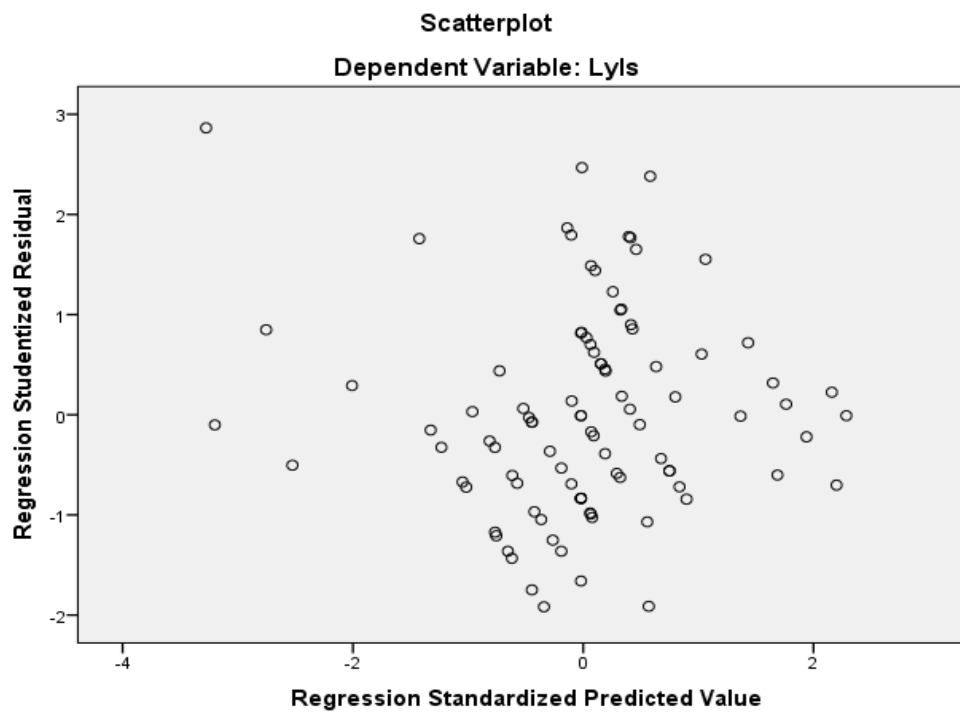
Hasil Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients				
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	5,016	1,286		3,901	,000		
	Kpn	,189	,084	,191	2,245	,027	,357	2,800
	Kps	,185	,086	,238	2,157	,034	,212	4,713
	Psp	,089	,082	,119	1,086	,281	,217	4,613
	Kmk	,202	,095	,223	2,131	,036	,237	4,214
	Iks	,168	,076	,200	2,228	,028	,322	3,106

a. Dependent Variable: Lyls

Lampiran 9

Hasil Uji Heteroskedastisitas



Lampiran 10

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,877 ^a	,770	,757	1,220

a. Predictors: (Constant), lks, Kpn, Kps, Kmk, Psp

b. Dependent Variable: Lyls

Lampiran 11 dan 12

Hasil Uji Regresi Linier Berganda dan Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,016	1,286		3,901	,000
	Kpn	,189	,084	,191	2,245	,027
	Kps	,185	,086	,238	2,157	,034
	Psp	,089	,082	,119	1,086	,281
	Kmk	,202	,095	,223	2,131	,036
	lks	,168	,076	,200	2,228	,028

a. Dependent Variable: Lyls

Lampiran 13

Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	442,291	5	88,458	59,442	,000 ^b
	Residual	132,446	89	1,488		
	Total	574,737	94			

a. Dependent Variable: Lyls

b. Predictors: (Constant), lks, Kpn, Kps, Kmk, Psp

Lampiran 14

Sampel Penelitian

No	Identitas Responden					
	Nama	Alamat	L/P	Umur	Pendidikan Terakhir	Lama menjadi nasabah tabungan Muamalat iB
1	Hamka Luffi	Jln. DI Panjaitan No. 18	L	35 tahun	S2	1 s/d 2 tahun
2	Fauzi Fahrozi	Jln. Baginda Soaloan No. 8	L	27 tahun	S1	1 s/d 2 tahun
3	Anwar Saleh Siregar	Padangsidimpuan	L	30 tahun	S1	1 s/d 2 tahun
4	Hamba Allah	Jln. BM Muda	L	31 tahun	S1	> 2 tahun
5	Toni Faisal	Batunadua	L	23 tahun	S1	1 s/d 2 tahun
6	Drs. H. Ali Daud Rambe	Sitataring	L	52 tahun	S2	> 2 tahun
7	H. Muhammad Yasin	Kampung Kelapa, Timbangan	L	62 tahun	S1	1 s/d 2 tahun
8	Komalasari	Jln. Sawo Ujung, Losung Batu	P	31 tahun	S1	> 2 tahun
9	Febrini Rizki Siregar	Jln. BM Muda Gang Cemara	P	28 tahun	S1	> 2 tahun
10	Maslilan Harahap	Kelurahan Sabungan Jae	P	29 tahun	S1	> 2 tahun
11	Yesi Safitri	Jln. Sudirman, Kampung Salak	P	30 tahun	S1	> 2 tahun
12	Emmi Fitriani	Jln. Sudirman No. 400	P	34 tahun	S1	> 2 tahun
13	Siti Wahasni Siregar	Perm. Indah Lestari 28 A	P	32 tahun	S1	> 2 tahun
14	Rita Fitria	Sidangkal Lingkungan V	P	27 tahun	S1	> 2 tahun
15	Nila Kesuma Usmar	Jln. H. Abd. Kahar Hasibuan	P	43 tahun	S1	> 2 tahun
16	Akhirma Alfiana Srg	Jln. Mawar Gg Teladan No. 11	P	38 tahun	S1	> 2 tahun
17	Yeni Andriani	Jln. Imam Bonjol Gg Bengkel	P	27 tahun	S1	1 s/d 2 tahun
18	Juli Rahayu	Pijorkoling	P	25 tahun	S1	1 s/d 2 tahun
19	Eli Dahniar	Jln. BM Muda	P	35 tahun	S1	> 2 tahun

20	Siti Nurhayati Lbs	Jln. Tano Bato	P	23 tahun	S1	1 s/d 2 tahun
21	ErwinSapri	Jln. Perjuangan No. 4, Kamcar	L	37 tahun	S1	> 2 tahun
22	Zul Ahyar	Jln. Sudirman Gg Aman	L	31 tahun	S1	> 2 tahun
23	Marina	Pangkal Dolok	P	28 tahun	S1	1 s/d 2 tahun
24	Henni Triwati	Jln. Karya Gg Harapan	P	43 tahun	S1	1 s/d 2 tahun
25	Nurainun	Salambue Permai No. 39	P	37 tahun	S1	> 2 tahun
26	Evy Khairani Lubis	Pudun Jae	P	30 tahun	S1	> 2 tahun
27	Nurcahaya Lubis	Jln. BM Muda No. 05	P	27 tahun	S1	> 2 tahun
28	Ermi Fauziah Piliang	Jln. Raja Inal Siregar, Batunadua	P	32 tahun	S1	> 2 tahun
29	Nurhijriyah Nasution	Jln. Imam Bonjol Gg Teladan	P	32 tahun	S1	> 2 tahun
30	Rahma Minar N Hrp	Asmil Yonif 123	P	30 tahun	S1	> 2 tahun
31	Ratna Dewi Lubis	Jln. BM Muda Ritonga	P	41 tahun	S1	> 2 tahun
32	Afrini Lubis	Jln. Alboin Htb Gg Dame 1 No. 42	P	30 tahun	S1	1 s/d 2 tahun
33	Nurazizah	Jln. Stn. Mhd Arif No. 44	P	32 tahun	S1	> 2 tahun
34	Nurhasanah Siregar	Jln. Nusa Indah	P	30 tahun	S1	> 2 tahun
35	Syahriani Tanjung	Sopo Indah	P	32 tahun	S1	> 2 tahun
36	Riski Arianti	Jln. Kasantaroji No. 14	P	31 tahun	S1	1 s/d 2 tahun
37	Abidah Tika N Lubis	Sihitang	P	25 tahun	S1	1 s/d 2 tahun
38	Connie Idaroyani Shb	Kampung Darek	P	34 tahun	S1	1 s/d 2 tahun
39	Isna Marnilam	Silandit	P	28 tahun	S1	1 s/d 2 tahun
40	Wahyuni Mustika Sari	Padangmatinggi	P	27 tahun	S1	1 s/d 2 tahun
41	Romaito Srg	Pargarutan	P	29 tahun	S1	1 s/d 2 tahun
42	Meiliana Sari Hasibuan	Padangsidimpuan	P	31 tahun	S1	1 s/d 2 tahun
43	Mesrawati	Padangsidimpuan	P	30 tahun	S1	1 s/d 2 tahun
44	Masrahot	Jln. Stn. Mhd Arif Gg Pendidikan No.7	P	35 tahun	S1	> 2 tahun
45	Nurkholijah	Jln.Tapian Nauli Gg Pemuda No. 10	P	53 tahun	S1	> 2 tahun

46	Ali Syahdin Siregar	Jln. Sutan Panindoan	L	30 tahun	S1	1 s/d 2 tahun
47	Anwar Efendi	Sadabuan	L	33 tahun	S1	> 2 tahun
48	Jepri Gunawan Ariadi	Jln. Alboin Hutabarat No. 51 C	L	30 tahun	S1	> 2 tahun
49	Lusiana Yanti Piliang	Jln. BM Muda	P	32 tahun	S1	1 s/d 2 tahun
50	Siti Aisyah	Jln. Ks. Tubun Gg S.E. Bongsu	P	39 tahun	S1	> 2 tahun
51	Nina Suryani Tanjung	Jln. Tanjung	P	30 tahun	S1	> 2 tahun
52	Ujiannasari Siregar	Jln. Sisingamangaraja	P	32 tahun	S1	> 2 tahun
53	Diana Tanjung	Jln. BM Muda, Silandit	P	30 tahun	S1	> 2 tahun
54	Rahmiwati Lubis	Jln. M. Nawawi Gg Harahap 1	P	26 tahun	S1	1 s/d 2 tahun
55	Yusnasari Siregar	Silandit Lingkungan IV	P	31 tahun	S1	1 s/d 2 tahun
56	Yuni Hefni	Jln. Perintis Kemerdekaan, 21	P	29 tahun	S1	1 s/d 2 tahun
57	Kholida Hapni	Sihitang	P	24 tahun	S1	1 s/d 2 tahun
58	Nurlida Asni	Padangmatinggi	P	30 tahun	S1	> 2 tahun
59	Doriamas Tanjung	Joring Lombang	P	28 tahun	S1	> 2 tahun
60	Fathul Jannah Htg	Muaratais 1	P	31 tahun	S1	> 2 tahun
61	Fitria Nigsih	Jln. Bakti Korpri Ujung	P	28 tahun	S1	> 2 tahun
62	Irma Suryani	Jln. Raja Junjungan Lubis	P	27 tahun	S1	1 s/d 2 tahun
63	Soleha Fitri	Padangmatinggi	P	25 tahun	S1	1 s/d 2 tahun
64	Dewi Suryani	Sihitang	P	31 tahun	S1	> 2 tahun
65	Novidawati	Jln. Kapten Koima No. 73	P	31 tahun	S1	> 2 tahun
66	Hotnida	Silandit	P	30 tahun	S1	> 2 tahun
67	Padmawati Siregar	Jln. Zubeir Ahmad I Gg Rahmat	P	33 tahun	S1	1 s/d 2 tahun
68	Rama Tama Siregar	Padangsidimpuan	L	34 tahun	S1	> 2 tahun
69	Burhanuddin Said	Aek Tampang	L	47 tahun	S2	1 s/d 2 tahun
70	Sumadianto	Jln. Melati	L	50 tahun	S2	> 2 tahun
71	Aminuddin Rasyid Hsb	Jln. Merdeka, Silayang-layang	L	38 tahun	S1	> 2 tahun
72	Ali Nafiah Siregar	Komplek Sidimpuan Baru	L	30 tahun	S1	> 2 tahun
73	Wallim Harianja	Losung Batu	L	32 tahun	S1	> 2 tahun

74	Irfan Zunaidi	Sihitang	L	47 tahun	SMA	1 s/d 2 tahun
75	Abdansyah Lubis	Kampung Marancar	L	34 tahun	S1	1 s/d 2 tahun
76	Ahmad Juned	Jln. M. Nawawi Gg Harahap	L	31 tahun	SMA	1 s/d 2 tahun
77	Hasbullah Nasution	Jln. Merdeka	L	33 tahun	S1	> 2 tahun
78	Akhiruddin	Kampung Salak	L	41 tahun	SMA	> 2 tahun
79	Ishak Mulyani	Padangmatinggi	L	42 tahun	S1	1 s/d 2 tahun
80	Sahmin	Jln. BM Muda, Silandit	L	39 tahun	SMA	1 s/d 2 tahun
81	Fahri Zaman Lubis	Sadabuan	L	55 tahun	SMA	> 2 tahun
82	Ilham Sentosa	Aek Tampang	L	43 tahun	S2	1 s/d 2 tahun
83	Surianto	Kampung Losung	L	52 tahun	S1	> 2 tahun
84	Samsul Bahri Harahap	Komplek Sidimpuan Baru	L	53 tahun	S1	> 2 tahun
85	Mhd. Faisal Aziz	Padangmatinggi	L	47 tahun	S1	> 2 tahun
86	Aman	Jln. Sudirman Gg Koga	L	34 tahun	S1	> 2 tahun
87	Darul Mukoddam	Perumahan Sabungan Indah	L	29 tahun	S1	> 2 tahun
88	Agus Junaidi	Jln. Melati Gg Sidomulyo No. 04	L	29 tahun	S1	> 2 tahun
89	Pande Batubara	Muaratais	L	25 tahun	S1	> 2 tahun
90	Yenni Rahman Nasution	Kampung Tobat Gg Bahagia No. 17	P	28 tahun	S1	> 2 tahun
91	Masna Hasibuan	Losung Batu	P	35 tahun	S1	> 2 tahun
92	Evawati Harahap	Perm. Sabungan Indah No. 52	P	30 tahun	S1	> 2 tahun
93	Asiah Irmadani Harahap	Situmbaga	P	24 tahun	S1	1 s/d 2 tahun
94	Amida Simbolon	Komplek Sidimpuan Baru	P	43 tahun	SMK	> 2 tahun
95	Mitha Aulia Nasution	Komplek Sidimpuan Baru	P	18 tahun	SMK	1 s/d 2 tahun

Lampiran 15

Dokumentasi Riset





Tabel r

df = (N-2)	Tingkat Signifikansi Untuk Uji Satu Arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat Signifikansi Untuk Uji Dua Arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

df = (N-2)	Tingkat Signifikansi Untuk Uji Satu Arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat Signifikansi Untuk Uji Dua Arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Tabel t

df	Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
		0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
1		1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2		0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3		0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4		0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5		0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6		0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7		0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8		0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9		0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10		0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11		0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12		0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13		0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14		0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15		0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16		0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17		0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18		0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19		0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20		0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21		0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22		0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23		0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24		0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25		0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26		0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27		0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28		0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29		0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30		0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31		0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32		0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33		0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34		0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35		0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36		0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37		0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38		0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39		0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40		0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
Df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Tabel F

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	39.86	49.50	53.59	55.83	57.24	58.20	58.91	59.44	59.86	60.19	60.47	60.71	60.90	61.07	61.22
2	8.53	9.00	9.16	9.24	9.29	9.33	9.35	9.37	9.38	9.39	9.40	9.41	9.41	9.42	9.42
3	5.54	5.46	5.39	5.34	5.31	5.28	5.27	5.25	5.24	5.23	5.22	5.22	5.21	5.20	5.20
4	4.54	4.32	4.19	4.11	4.05	4.01	3.98	3.95	3.94	3.92	3.91	3.90	3.89	3.88	3.87
5	4.06	3.78	3.62	3.52	3.45	3.40	3.37	3.34	3.32	3.30	3.28	3.27	3.26	3.25	3.24
6	3.78	3.46	3.29	3.18	3.11	3.05	3.01	2.98	2.96	2.94	2.92	2.90	2.89	2.88	2.87
7	3.59	3.26	3.07	2.96	2.88	2.83	2.78	2.75	2.72	2.70	2.68	2.67	2.65	2.64	2.63
8	3.46	3.11	2.92	2.81	2.73	2.67	2.62	2.59	2.56	2.54	2.52	2.50	2.49	2.48	2.46
9	3.36	3.01	2.81	2.69	2.61	2.55	2.51	2.47	2.44	2.42	2.40	2.38	2.36	2.35	2.34
10	3.29	2.92	2.73	2.61	2.52	2.46	2.41	2.38	2.35	2.32	2.30	2.28	2.27	2.26	2.24
11	3.23	2.86	2.66	2.54	2.45	2.39	2.34	2.30	2.27	2.25	2.23	2.21	2.19	2.18	2.17
12	3.18	2.81	2.61	2.48	2.39	2.33	2.28	2.24	2.21	2.19	2.17	2.15	2.13	2.12	2.10
13	3.14	2.76	2.56	2.43	2.35	2.28	2.23	2.20	2.16	2.14	2.12	2.10	2.08	2.07	2.05
14	3.10	2.73	2.52	2.39	2.31	2.24	2.19	2.15	2.12	2.10	2.07	2.05	2.04	2.02	2.01
15	3.07	2.70	2.49	2.36	2.27	2.21	2.16	2.12	2.09	2.06	2.04	2.02	2.00	1.99	1.97
16	3.05	2.67	2.46	2.33	2.24	2.18	2.13	2.09	2.06	2.03	2.01	1.99	1.97	1.95	1.94
17	3.03	2.64	2.44	2.31	2.22	2.15	2.10	2.06	2.03	2.00	1.98	1.96	1.94	1.93	1.91
18	3.01	2.62	2.42	2.29	2.20	2.13	2.08	2.04	2.00	1.98	1.95	1.93	1.92	1.90	1.89
19	2.99	2.61	2.40	2.27	2.18	2.11	2.06	2.02	1.98	1.96	1.93	1.91	1.89	1.88	1.86
20	2.97	2.59	2.38	2.25	2.16	2.09	2.04	2.00	1.96	1.94	1.91	1.89	1.87	1.86	1.84
21	2.96	2.57	2.36	2.23	2.14	2.08	2.02	1.98	1.95	1.92	1.90	1.87	1.86	1.84	1.83
22	2.95	2.56	2.35	2.22	2.13	2.06	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.86	1.84	1.83	1.81
23	2.94	2.55	2.34	2.21	2.11	2.05	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87	1.84	1.83	1.81	1.80
24	2.93	2.54	2.33	2.19	2.10	2.04	1.98	1.94	1.91	1.88	1.85	1.83	1.81	1.80	1.78
25	2.92	2.53	2.32	2.18	2.09	2.02	1.97	1.93	1.89	1.87	1.84	1.82	1.80	1.79	1.77
26	2.91	2.52	2.31	2.17	2.08	2.01	1.96	1.92	1.88	1.86	1.83	1.81	1.79	1.77	1.76
27	2.90	2.51	2.30	2.17	2.07	2.00	1.95	1.91	1.87	1.85	1.82	1.80	1.78	1.76	1.75
28	2.89	2.50	2.29	2.16	2.06	2.00	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79	1.77	1.75	1.74
29	2.89	2.50	2.28	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78	1.76	1.75	1.73
30	2.88	2.49	2.28	2.14	2.05	1.98	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77	1.75	1.74	1.72
31	2.87	2.48	2.27	2.14	2.04	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.77	1.75	1.73	1.71
32	2.87	2.48	2.26	2.13	2.04	1.97	1.91	1.87	1.83	1.81	1.78	1.76	1.74	1.72	1.71
33	2.86	2.47	2.26	2.12	2.03	1.96	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75	1.73	1.72	1.70
34	2.86	2.47	2.25	2.12	2.02	1.96	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.75	1.73	1.71	1.69
35	2.85	2.46	2.25	2.11	2.02	1.95	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.74	1.72	1.70	1.69
36	2.85	2.46	2.24	2.11	2.01	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.76	1.73	1.71	1.70	1.68
37	2.85	2.45	2.24	2.10	2.01	1.94	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.73	1.71	1.69	1.68
38	2.84	2.45	2.23	2.10	2.01	1.94	1.88	1.84	1.80	1.77	1.75	1.72	1.70	1.69	1.67
39	2.84	2.44	2.23	2.09	2.00	1.93	1.88	1.83	1.80	1.77	1.74	1.72	1.70	1.68	1.67
40	2.84	2.44	2.23	2.09	2.00	1.93	1.87	1.83	1.79	1.76	1.74	1.71	1.70	1.68	1.66
41	2.83	2.44	2.22	2.09	1.99	1.92	1.87	1.82	1.79	1.76	1.73	1.71	1.69	1.67	1.66
42	2.83	2.43	2.22	2.08	1.99	1.92	1.86	1.82	1.78	1.75	1.73	1.71	1.69	1.67	1.65
43	2.83	2.43	2.22	2.08	1.99	1.92	1.86	1.82	1.78	1.75	1.72	1.70	1.68	1.67	1.65
44	2.82	2.43	2.21	2.08	1.98	1.91	1.86	1.81	1.78	1.75	1.72	1.70	1.68	1.66	1.65
45	2.82	2.42	2.21	2.07	1.98	1.91	1.85	1.81	1.77	1.74	1.72	1.70	1.68	1.66	1.64

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
46	2.82	2.42	2.21	2.07	1.98	1.91	1.85	1.81	1.77	1.74	1.71	1.69	1.67	1.65	1.64
47	2.82	2.42	2.20	2.07	1.97	1.90	1.85	1.80	1.77	1.74	1.71	1.69	1.67	1.65	1.64
48	2.81	2.42	2.20	2.07	1.97	1.90	1.85	1.80	1.77	1.73	1.71	1.69	1.67	1.65	1.63
49	2.81	2.41	2.20	2.06	1.97	1.90	1.84	1.80	1.76	1.73	1.71	1.68	1.66	1.65	1.63
50	2.81	2.41	2.20	2.06	1.97	1.90	1.84	1.80	1.76	1.73	1.70	1.68	1.66	1.64	1.63
51	2.81	2.41	2.19	2.06	1.96	1.89	1.84	1.79	1.76	1.73	1.70	1.68	1.66	1.64	1.62
52	2.80	2.41	2.19	2.06	1.96	1.89	1.84	1.79	1.75	1.72	1.70	1.67	1.65	1.64	1.62
53	2.80	2.41	2.19	2.05	1.96	1.89	1.83	1.79	1.75	1.72	1.70	1.67	1.65	1.63	1.62
54	2.80	2.40	2.19	2.05	1.96	1.89	1.83	1.79	1.75	1.72	1.69	1.67	1.65	1.63	1.62
55	2.80	2.40	2.19	2.05	1.95	1.88	1.83	1.78	1.75	1.72	1.69	1.67	1.65	1.63	1.61
56	2.80	2.40	2.18	2.05	1.95	1.88	1.83	1.78	1.75	1.71	1.69	1.67	1.65	1.63	1.61
57	2.80	2.40	2.18	2.05	1.95	1.88	1.82	1.78	1.74	1.71	1.69	1.66	1.64	1.63	1.61
58	2.79	2.40	2.18	2.04	1.95	1.88	1.82	1.78	1.74	1.71	1.68	1.66	1.64	1.62	1.61
59	2.79	2.39	2.18	2.04	1.95	1.88	1.82	1.78	1.74	1.71	1.68	1.66	1.64	1.62	1.61
60	2.79	2.39	2.18	2.04	1.95	1.87	1.82	1.77	1.74	1.71	1.68	1.66	1.64	1.62	1.60
61	2.79	2.39	2.18	2.04	1.94	1.87	1.82	1.77	1.74	1.71	1.68	1.66	1.64	1.62	1.60
62	2.79	2.39	2.17	2.04	1.94	1.87	1.82	1.77	1.73	1.70	1.68	1.65	1.63	1.62	1.60
63	2.79	2.39	2.17	2.04	1.94	1.87	1.81	1.77	1.73	1.70	1.68	1.65	1.63	1.61	1.60
64	2.79	2.39	2.17	2.03	1.94	1.87	1.81	1.77	1.73	1.70	1.67	1.65	1.63	1.61	1.60
65	2.78	2.39	2.17	2.03	1.94	1.87	1.81	1.77	1.73	1.70	1.67	1.65	1.63	1.61	1.59
66	2.78	2.38	2.17	2.03	1.94	1.87	1.81	1.77	1.73	1.70	1.67	1.65	1.63	1.61	1.59
67	2.78	2.38	2.17	2.03	1.94	1.86	1.81	1.76	1.73	1.70	1.67	1.65	1.63	1.61	1.59
68	2.78	2.38	2.17	2.03	1.93	1.86	1.81	1.76	1.73	1.69	1.67	1.64	1.62	1.61	1.59
69	2.78	2.38	2.16	2.03	1.93	1.86	1.81	1.76	1.72	1.69	1.67	1.64	1.62	1.60	1.59
70	2.78	2.38	2.16	2.03	1.93	1.86	1.80	1.76	1.72	1.69	1.66	1.64	1.62	1.60	1.59
71	2.78	2.38	2.16	2.03	1.93	1.86	1.80	1.76	1.72	1.69	1.66	1.64	1.62	1.60	1.59
72	2.78	2.38	2.16	2.02	1.93	1.86	1.80	1.76	1.72	1.69	1.66	1.64	1.62	1.60	1.58
73	2.78	2.38	2.16	2.02	1.93	1.86	1.80	1.76	1.72	1.69	1.66	1.64	1.62	1.60	1.58
74	2.77	2.38	2.16	2.02	1.93	1.86	1.80	1.75	1.72	1.69	1.66	1.64	1.62	1.60	1.58
75	2.77	2.37	2.16	2.02	1.93	1.85	1.80	1.75	1.72	1.69	1.66	1.63	1.61	1.60	1.58
76	2.77	2.37	2.16	2.02	1.92	1.85	1.80	1.75	1.72	1.68	1.66	1.63	1.61	1.59	1.58
77	2.77	2.37	2.16	2.02	1.92	1.85	1.80	1.75	1.71	1.68	1.66	1.63	1.61	1.59	1.58
78	2.77	2.37	2.16	2.02	1.92	1.85	1.80	1.75	1.71	1.68	1.65	1.63	1.61	1.59	1.58
79	2.77	2.37	2.15	2.02	1.92	1.85	1.79	1.75	1.71	1.68	1.65	1.63	1.61	1.59	1.58
80	2.77	2.37	2.15	2.02	1.92	1.85	1.79	1.75	1.71	1.68	1.65	1.63	1.61	1.59	1.57
81	2.77	2.37	2.15	2.02	1.92	1.85	1.79	1.75	1.71	1.68	1.65	1.63	1.61	1.59	1.57
82	2.77	2.37	2.15	2.01	1.92	1.85	1.79	1.75	1.71	1.68	1.65	1.63	1.61	1.59	1.57
83	2.77	2.37	2.15	2.01	1.92	1.85	1.79	1.75	1.71	1.68	1.65	1.63	1.61	1.59	1.57
84	2.77	2.37	2.15	2.01	1.92	1.85	1.79	1.74	1.71	1.68	1.65	1.63	1.60	1.59	1.57
85	2.77	2.37	2.15	2.01	1.92	1.84	1.79	1.74	1.71	1.67	1.65	1.62	1.60	1.59	1.57
86	2.76	2.37	2.15	2.01	1.92	1.84	1.79	1.74	1.71	1.67	1.65	1.62	1.60	1.58	1.57
87	2.76	2.36	2.15	2.01	1.91	1.84	1.79	1.74	1.70	1.67	1.65	1.62	1.60	1.58	1.57
88	2.76	2.36	2.15	2.01	1.91	1.84	1.79	1.74	1.70	1.67	1.65	1.62	1.60	1.58	1.57
89	2.76	2.36	2.15	2.01	1.91	1.84	1.79	1.74	1.70	1.67	1.64	1.62	1.60	1.58	1.57
90	2.76	2.36	2.15	2.01	1.91	1.84	1.78	1.74	1.70	1.67	1.64	1.62	1.60	1.58	1.56