



**DETERMINAN LOYALITAS NASABAH PADA PT.
PEGADAIAN CABANG SYARIAH ALAMAN
BOLAK PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh

**YUSNIYA
NIM. 17 401 00015**

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN**

2021



**DETERMINAN LOYALITAS NASABAH PADA PT.
PEGADAIAN CABANG SYARIAH ALAMAN
BOLAK PADANGSIDIMPUAN**

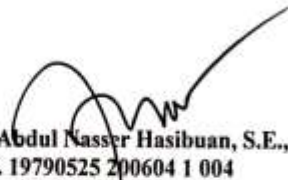
SKRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Perbankan Syariah*


Oleh

YUSNIYA
NIM. 17 401 00015

PEMBIMBING I


Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M. Si.
NIP. 19790525 200604 1 004

PEMBIMBING II


Hamni Fadillah Nasution, M. Pd
NIP. 19830317 2018 01 2 001

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN**

2021



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

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. YUSNIYA
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidempuan, 22 November 2021
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan
Di-
Padangsidempuan

Assalamu'alaikumWr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. YUSNIYA yang berjudul " **DETERMINAN LOYALITAS NASABAH PADA PT. PEGADAIAN CABANG SYARIAH ALAMAN BOLAK PADANGSIDIMPUAN**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan.

Seiring dengan hal diatas, maka saudara tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqosyah untuk mempertanggungjawabkan skripsinya.


Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama dari Bapak/Ibu kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikumWr. Wb.

PEMBIMBING I


Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M. Si.
NIP. 19790525 200604 1 004

PEMBIMBING II


Hammi Fadlilah Nasution, M. Pd
NIP. 19830317 2018 01 2 001

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

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

Nama : YUSNIYA
NIM : 17 401 00015
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : **Determinan Loyalitas Nasabah Pada PT. Pegadaian
Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan**

Dengan ini menyatakan menyusun skripsi sendiri tanpa menerima bantuan tidak sah pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidempuan pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

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

Padangsidempuan, 22 November 2021

Pembuat Pernyataan



YUSNIYA
NIM. 17 401 00015

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

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

Nama : YUSNIYA
NIM : 17 401 00015
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Instansi : Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan. Hak bebas royalti non eksklusif (*non-exclusive royalty-free right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **"Determinan Loyalitas Nasabah Pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan"**.

Dengan hak bebas royalti non eksklusif 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 peneliti dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan
Pada tanggal: 22 November 2021
Yang menyatakan,




YUSNIYA
NIM. 17 401 00015



**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

**DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

NAMA : YUSNIYA
NIM : 17 401 00015
FAKULTAS/PROGRAM STUDI : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
JUDUL SKRIPSI : Determinan Loyalitas Nasabah pada PT.
Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak
Padangsidempuan

Ketua

Drs. Kamaluddin, M.Ag.
NIP. 19651102 199103 1 001

Sekretaris

Hamni Fadlilah Nasution, M. Pd
NIP. 19830317 201801 2 001

Anggota

Drs. Kamaluddin, M.Ag.
NIP. 19651102 199103 1 001

Hamni Fadlilah Nasution, M. Pd
NIP. 19830317 201801 2 001

Dr. Rukiah, S.E., M. Si.
NIP. 19760324 200604 2 002

Muhammad Isa, S.T., M.M.
NIP. 19800605 201101 1 003

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidempuan
Hari/Tanggal : Jum'at/ 10 Desember 2021
Pukul : 09.00 Wib – 11.30 Wib
Hasil/Nilai : Lulus / 74,75 (B)
Indeks Prestasi Kumulatif : 3,62
Predikat : PUJIAN



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

Jl. H.Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

PENGESAHAN


**JUDUL SKRIPSI : DETERMINAN LOYALITAS NASABAH PADA PT.
PEGADAIAN CABANG SYARIAH ALAMAN BOLAK
PADANGSIDIMPUAN**

**NAMA : YUSNIYA
NIM : 17 401 00015**

Telah Dapat Diterima untuk Memenuhi Salah Satu Tugas
dan Syarat-Syarat dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Perbankan Syariah

Padangsidempuan, 20 Desember 2021
Dekan,




Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si
NIP. 19780818 200901 1 015

ABSTRAK

Nama : YUSNIYA

NIM : 17 401 00015

Judul Skripsi : Determinan Loyalitas Nasabah Pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan

Semakin berkembangnya persaingan bisnis, maka semakin sulit bagi suatu perusahaan untuk mempertahankan kesetiaan nasabah agar tidak berpindah ke perusahaan lain, hal ini dapat dilihat pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan belum mampu mempertahankan nasabahnya. Sehingga masih ada nasabah yang belum loyal. Rumusan masalah pada penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan citra perusahaan secara parsial dan simultan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan? Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan citra perusahaan secara parsial dan simultan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan.

Pembahasan penelitian ini berkaitan dengan loyalitas nasabah. Kualitas pelayanan merupakan kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sesuai dengan harapan pelanggan. Kepuasan nasabah merupakan respon nasabah terhadap evaluasi yang dirasakannya terhadap apa yang diberikan suatu kinerja karyawan perusahaan. Citra perusahaan merupakan pendapat nasabah dari suatu gambaran perusahaan dimata para nasabah yang terbentuk berdasarkan pengetahuan dan pengalaman suatu nasabah terhadap perusahaan.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji linearitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji parsial (uji t), uji simultan (uji F dengan menggunakan *SPPS versi 26*), serta uji koefisien determinasi (R^2).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan, terdapat pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan, terdapat pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan, dan terdapat pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan citra perusahaan secara simultan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan. Hal ini menunjukkan bahwa penelitian ini relevan bagi PT. Pegadaian agar memperhatikan kualitas nasabah, kepuasan nasabah, dan citra perusahaan dalam meningkatkan loyalitas nasabah.

Kata Kunci : Citra Perusahaan, Kepuasan Nasabah, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Nasabah

KATA PENGANTAR



Assalaamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT karena berkat rahmat, hidayah serta inayahNya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Determinan Loyalitas Nasabah Pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan”**. Serta tidak lupa juga shalawat dan salam senantiasa dicurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, seorang pemimpin umat yang patut dicontoh dan diteladani kepribadiaannya dan yang senantiasa dinantikan syafaatnya di hari Akhir.

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 peneliti untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini, yaitu:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL., selaku Rektor IAIN Padangsidimpuan serta Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar M.A., selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. H.

Sumper Mulia Harahap, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.H.I., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si., selaku wakil Dekan Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Drs. Kamaluddin, M.Ag., selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. H. Arbanur Rasyid, M.A., selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Nofinawati, M.A., Selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah, Ibu Hamni Fadlilah Nasution M.Pd., sebagai Sekretaris Program Studi, serta bapak/ibu dosen juga staf di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.
4. Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si., selaku Pembimbing I dan Ibu Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd., selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd., selaku validator peneliti yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti.

6. Bapak Yusri Fahmi, M. Hum., selaku Kepala Perpustakaan dan para pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku yang peneliti butuhkan dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Bapak serta Ibu Dosen IAIN Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.
8. Teristimewa kepada keluarga tercinta (Ayahanda Tercinta Mirhanuddin Hasibuan dan Ibunda Fatimah Hannum pahlawanku yang tak pernah lelah bekerja keras, berdo'a di setiap waktu, mendidik serta menyemangati untuk keberhasilan dan mencapai cita-cita peneliti. Kepada adindaku tersayang Halimatussa'diah, Yusrida, Erna Sari, Ahmad Saipul Asnawi, dan Parisah Rizky yang paling berjasa dalam hidup peneliti. Doa dan usahanya yang tidak mengenal lelah memberikan dukungan dan harapan dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Terkhusus, kepada Bapak Subhan S.E., selaku pimpinan cabang PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan serta seluruh pegawainya yang telah banyak membantu peneliti untuk merampungkan penelitian.
10. Terkhusus sahabat peneliti Putri Lela sari Harahap, Fitri wahyuni, Nurlaini harahap, Putri Nur Aisyah, Ummi Kalsum, Ikoh Amalia Rizki, Nabila Pratiwi, Aulia Fikri Lubis, Owi Alinurdin Malayu, Rahmad Husein, Fatwa Rojihana Noor Chaniago, Kholil Azhari, Riska

Ainun, Mariati, Risti Wulandari, Rahmadhani, Riska Khairani, Anwar Husein Nasution yang selalu memberikan motivasi dan dorongan untuk menyelesaikan karya ini, serta rekan-rekan Perbankan Syariah (PS 1), dan seluruh mahasiswa/i angkatan 2017 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan yang telah berjuang bersama-sama meraih gelar S.E. dan semoga kita semua sukses dalam meraih cita-cita.

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

Disini peneliti mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT, karena atas karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Harapan peneliti semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan peneliti. Amiin Yarabbal A'alamiin. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, untuk itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Padangsidimpuan, November 2021
Peneliti

YUSNIYA
NIM. 17 401 00015

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

A. 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	žal	ž	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	ḏad	ḏ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	nun	N	En
و	wau	W	We
ه	ha	H	Ha
ء	hamzah	..’..	Apostrof
ي	ya	Y	Ye



B. Vokal

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

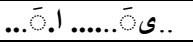


1. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	fathah	A	A
	Kasrah	I	I
	dommah	U	U

2. 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

3. 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
	dommah dan wau	ū	u dan garis di atas

C. Ta Marbutah

Transliterasi untuk Ta Marbutah ada dua.

1. Ta Marbutah hidup yaitu Ta Marbutah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dummah, transliterasinya adalah /t/.
2. 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).

D. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam siste 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.

E. Kata Sandang

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

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

1. 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.

2. 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.

F. 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.

G. 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.

H. 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.

I. Tajwid

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

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

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
BERITA ACARA UJIAN MUNAQOSYAH	
HALAMAN PENGESAHAN DEKAN	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	vi
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Batasan Masalah	10
D. Definisi Operasional Variabel	11
E. Rumusan Masalah.....	12
F. Tujuan Penelitian	13
G. Kegunaan Penelitian	14
H. Sistematika Pembahasan.....	15

BAB II LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori	17
1. Loyalitas Nasabah.....	17
a. Pengertian Loyalitas Nasabah.....	17
b. Indikator Loyalitas Nasabah	19
c. Karakteristik Loyalitas Nasabah.....	20
d. Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah ...	20
e. Jenis- Jenis Loyalitas Nasabah	22
2. Kualitas Pelayanan.....	23
a. Pengertian Kualitas Pelayanan	23
b. Konsep Kualitas Pelayanan	27
c. Dimensi Kualitas Pelayanan	28
d. Ciri- Ciri Pelayanan Yang Baik.....	29
3. Kepuasan Nasabah	29
a. Pengertian Kepuasan Nasabah.....	29
b. Metode Pengukuran Kepuasan Nasabah	31
c. Indikator Kepuasan Nasabah	32
4. Citra Perusahaan	33
a. Pengertian Citra Perusahaan	33
b. Indikator Citra Perusahaan	35

B. Penelitian Terdahulu	36
C. Kerangka Pikir	39
D. Hipotesis	41

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian	43
B. Jenis Penelitian	43
C. Populasi dan Sampel.....	44
1. Populasi	44
2. Sampel	44
D. Instrumen Pengumpulan Data	45
1. Wawancara	46
2. Kuisisioner (Angket).....	46
3. Dokumentasi.....	47
E. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	48
1. Uji Validitas.....	48
2. Uji Reliabilitas	49
F. Analisis Data.....	49
1. Uji Asumsi Dasar.....	49
a. Uji Normalitas	49
b. Uji Linearitas	50
2. Uji Asumsi Klasik	50
a. Uji Multikolinearitas	50
b. Uji Heteroskedastisitas	51
3. Analisis Regresi Linear Berganda	51
4. Uji Hipotesis	52
a. Uji t (Uji Parsial)	52
b. Uji F (Uji Simultan).....	54
c. Koefisien Determinasi (R^2)	55

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan	56
1. Sejarah Singkat PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan.....	56
2. Visi dan Misi PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan	58
3. Produk- Produk PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan.....	59
4. Struktur Organisasi PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan.....	61
B. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	62
1. Hasil Uji Validitas	62
2. Hasil Uji Reliabilitas.....	64
C. Hasil Analisis Data	65
1. Hasil Uji Asumsi Dasar.....	65
a. Hasil Uji Normalitas	65

b. Hasil Uji Linearitas	66
2. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	68
a. Hasil Uji Multikolinearitas.....	68
c. Hasil Uji Heteroskedastisitas	69
d. Hasil Uji Regresi Linear Berganda	70
3. Hasil Uji Hipotesis	71
a. Hasil Uji t (Uji Parsial)	71
b. Hasil Uji F (Uji Simultan).....	73
c. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	73
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	74
E. Keterbatasan Penelitian	80

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	82
B. Saran	83

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Jumlah Nasabah Gadai Emas Pada PT.Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan.....	2
Tabel I.2 Definisi Operasional Variabel	11
Tabel II.1 Penelitian Terdahulu	36
Tabel III.1 Pengukuran Skala Likert.....	46
Tabel III.2 Kisi-Kisi Angket	47
Tabel IV.1 Hasil Uji Validitas Loyalitas Nasabah (Y)	62
Tabel IV.2 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X_1).....	63
Tabel IV.3 Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah (X_2).....	63
Tabel IV.4 Hasil Uji Validitas Citra Perusahaan (X_3)	64
Tabel IV.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	64
Tabel IV.6 Hasil Uji Normalitas	65
Tabel IV.7 Hasil Uji Linearitas Loyalitas Nasabah terhadap Kualitas Pelayanan.....	66
Tabel IV.8 Hasil Uji Linearitas Loyalitas Nasabah terhadap Kepuasan Nasabah	67
Tabel IV.9 Hasil Uji Linearitas Loyalitas Nasabah terhadap Citra Perusahaan	67
Tabel IV.10 Hasil Uji Multikolinearitas	68
Tabel IV.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas	69
Tabel IV.12 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	70
Tabel IV.13 Hasil Uji t (Uji Parsial)	72
Tabel IV.14 Hasil Uji F (Uji Simultan)	73
Tabel IV.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Kerangka Pikir.....	41
Gambar IV.1 Struktur Organisasi	61

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pegadaian adalah lembaga keuangan non bank yang termasuk dalam klasifikasi perantara investasi (*Investment intermediary*). Pegadaian merupakan satu- satunya badan usaha di Indonesia yang secara resmi mempunyai izin untuk melaksanakan kegiatan- kegiatan lembaga keuangan berupa pembiayaan dalam bentuk penyaluran dana ke masyarakat atas dasar hukum gadai seperti yang dimaksud dalam Kitab Undang- Undang Hukum Perdata pasal 1150.¹ Sejak didirikannya, hingga saat ini pegadaian tetap memberikan pelayanan yang terbaik terutama kepada masyarakat ekonomi lemah. Tujuan utama pegadaian adalah memberikan pinjaman kepada masyarakat yang membutuhkan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan merupakan salah satu urat nadi perekonomian dalam masyarakat lemah yang mampu mengatasi perekonomian masyarakat, pada bagian sektor jasa layanan keuangan, kinerjanya akan sangat tergantung pada baik atau buruknya layanan secara keseluruhan kepada para nasabah. Suatu nasabah terhadap PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan merupakan hal yang sangat penting. Dimana suatu nasabah mampu mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Tanpa adanya suatu nasabah dalam suatu perusahaan, maka tujuan perusahaan tersebut tidak tercapai sesuai yang

¹Rokhmat Subagiyo, "Tinjauan Syariah Tentang Pegadaian Syariah (Rahn)," *An-Nisbah* 01, no. 01 (Oktober 2014) hlm. 164.

diharapkan. Sehingga nasabah merupakan kunci utama bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan.² Berikut ini adalah jumlah nasabah gadai emas pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan.

Tabel 1.1
Jumlah Nasabah Gadai Emas Pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan

No	Tahun	Jumlah Nasabah
1	2016	2654 Nasabah
2	2017	2907 Nasabah
3	2018	3162 Nasabah
4	2019	3350 Nasabah
5	2020	3263 Nasabah

Sumber: PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan

Berdasarkan tabel I.1 diatas dapat dilihat perkembangan jumlah nasabah gadai emas dari tahun- ketahun. Tahun 2017 sampai 2019 mengalami kenaikan masing- masing. Tahun 2017 mengalami kenaikan sebesar 253 nasabah. Tahun 2018 mengalami kenaikan sebesar 255 nasabah. Pada tahun 2019 mengalami kenaikan sebesar 188 nasabah. Akan tetapi, pada tahun 2020 mengalami penurunan sebesar 87 nasabah.³ Hal ini menjelaskan bahwa tidak setiap tahunnya jumlah nasabah gadai emas mengalami peningkatan atau penurunan.

Peningkatan jumlah nasabah gadai emas yang terjadi di PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya, kebutuhan yang mendesak mengharuskan nasabah

²Lila Santi Hasibuan, Karyawan, di PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan, 04 Agustus 2021, Pukul: 11.00 WIB.

³Wawancara dengan Ibu Masdawiyah, Karyawan, di PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan, 12 Agustus 2021, Pukul: 11:00 WIB.

menggadaikan emasnya dipegadaian karena prosesnya yang cepat dan membutuhkan waktu yang relatif singkat. Adanya keinginan untuk menggadai emas untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Kualitas pelayanan yang baik membuat nasabah merasa nyaman dan puas akan menggadai di pegadaian. Proses pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan tidak membutuhkan waktu yang lama dan persyaratan yang mudah.

Berdasarkan Hasil wawancara peneliti dengan nasabah PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan menunjukkan bahwa nasabah tersebut sudah lama melakukan transaksi pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan sekitar 4 tahun lebih. Dimana ibu Nur Aini mengatakan pada saat melakukan transaksi pelayanan yang diberikan membuat merasa nyaman dan tidak membutuhkan persyaratan yang banyak cukup dengan KTP dan Kartu Keluarga, lain hal nya dengan lembaga keuangan lainnya membutuhkan persyaratan yang lain- lain. sehingga nasabah tersebut menjadi merasa puas, mudah untuk melakukan transaksi, dan menjadi nasabah yang loyal.⁴

Semakin berkembangnya persaingan di dunia bisnis, maka semakin sulit bagi suatu perusahaan untuk mempertahankan kesetiaan nasabah agar tidak berpindah ke perusahaan lain. Nasabah merupakan aset yang tidak ternilai kinerja perusahaan, karena nasabah akan berdampak mampu

⁴Wawancara dengan Ibu Nur Aini, Nasabah, di PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan, 20 September 2021, Pukul:15:00 WIB.

mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Dengan kata lain perusahaan membutuhkan nasabah menjadi loyal.

Nasabah yang loyal merupakan nasabah yang sangat puas dengan produk atau jasa sehingga memiliki antusiasme untuk memperkenalkannya kepada siapapun. Nasabah yang loyal mampu meningkatkan laba melalui peningkatan pendapatan, karena nasabah yang loyal selalu melakukan pembelian ulang, merekomendasikan produk dan memiliki kecenderungan memilih lebih banyak, mau membayar dengan harga yang mahal yang akan berdampak secara langsung terhadap keuntungan yang diperoleh perusahaan.⁵

Loyalitas dapat diartikan sebagai kesetiaan bagi suatu perusahaan. Loyalitas merupakan perilaku nasabah yang melakukan pembelian produk yang sama secara berulang kali. Menurut Harry Susanto loyalitas adalah suatu komitmen mendalam untuk melakukan pembelian ulang atau berlangganan kembali sebuah produk atau jasa yang disukai pada masa depan, walaupun situasi mempengaruhi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan pengalihan perilaku.⁶ Loyalitas nasabah merupakan aset yang sangat penting bagi suatu perbankan atau perusahaan. Loyalitas nasabah akan berdampak terhadap kinerja perusahaan dan mempertahankan kelangsungan hidup suatu perusahaan.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa loyalitas merupakan sikap yang menjadi dorongan untuk melakukan pembelian produk

⁵Yelli Trisusanti, "Pengaruh Kualitas pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pekanbaru," *Jom Fisip* 4, no. 2 (Oktober 2017) hlm. 9.

⁶Harry Susanto & Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Pustaka Setia, 2013), hlm. 286.

secara berulang kali. Membuat nasabah tetap loyal adalah kunci utama yang harus dilakukan oleh suatu perusahaan. Perusahaan harus mampu menciptakan *loyalty* tidak cukup dengan *Satisfaction*, karena kepuasan bukanlah tujuan akhir. Perusahaan harus mampu mengenal apa yang dibutuhkan dan diharapkan suatu nasabah saat ini maupun dimasa yang akan datang. Perusahaan sebaiknya tidak pernah berhenti memberikan kualitas pelayanan, kepuasan kepada nasabahnya, tetapi terus berupaya bagaimana melakukan atau menciptakan agar nasabah tidak berpindah ke perusahaan lain dan nasabah menjadi loyal.

Berdasarkan hasil wawancara peneliti dengan karyawan PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan menunjukkan bahwa masih ada nasabah gadai emas hanya menggadaikan hanya sekali saja.⁷ Lain halnya dengan hasil wawancara dengan salah satu nasabah PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan menunjukkan bahwa masih ada beberapa nasabah dikatakan belum loyal dan belum merasa puas dengan kualitas pelayanan yang di berikan karyawan sehingga mengakibatkan para nasabah berpindah ke perusahaan lain.⁸

Mempertahankan nasabah yang loyal memang tidak mudah, harus mendapatkan prioritas yang utama dari pada mendapatkan nasabah yang baru, karena untuk merekrut atau mendapatkan nasabah baru memerlukan biaya yang banyak. Maka sangat rugi suatu perusahaan bila melepaskan nasabah

⁷Wawancara dengan ibu lila Santi Hasibuan, Karyawan, PT.Pegadaiaian Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan, 24 Maret 2021, Pukul: 11.25 WIB.

⁸Wawancara dengan ibu Fatimah Nasution, Nasabah, PT. Pegadaiaian Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan, 24 Maret 2021, Pukul: 11.25 WIB.

yang telah loyal begitu jasa. Adapun faktor- faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah yaitu, kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, citra perusahaan, kepercayaan nasabah dan komitmen nasabah.⁹

Kualitas pelayanan adalah suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan agar dapat bertahan dan tetap mendapat kepercayaan nasabah.¹⁰ Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor untuk mempertahankan suatu perusahaan. Pada umumnya pelayanan yang tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi, serta pembelian berulang yang dilakukan nasabah. Jika pelayanan yang diterima melebihi harapan nasabah, maka kualitas pelayanan dapat dikatakan kualitas yang dapat memuaskan nasabah.

Kepuasan nasabah merupakan penilaian dari nasabah atas penggunaan barang atau jasa dibandingkan dengan harapan sebelum penggunaannya.¹¹ Terciptanya kepuasan nasabah merupakan keuntungan suatu perusahaan, karena nasabah yang puas akan melakukan pembelian secara berulang. Maka dari itu perusahaan harus mampu menciptakan citra perusahaan dengan baik. Untuk menjaga dan meningkatkan kepuasan nasabahnya, maka perusahaan perlu menjaga citra positif dimata masyarakat.

Citra perusahaan adalah pendapat nasabah dari suatu gambaran perusahaan dimata para nasabah yang terbentuk berdasarkan pengetahuan dan pengalaman suatu nasabah terhadap perusahaan. Citra perusahaan yang baik sangatlah penting bagi kelangsungan suatu perusahaan, karena dapat

⁹Ratih Huriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen* (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 132.

¹⁰Rahmad Lupiyoadi & Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2013), hlm. 181.

¹¹Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana, 2018), hlm. 162.

mempengaruhi seluruh elemen yang ada didalam perusahaan tersebut. Dengan demikian, citra perusahaan merupakan tolak ukur dari lembaga dan harapan yang mampu mendorong citra perusahaan yang positif. Citra positif perusahaan yang terbentuk tidak dapat direayasa, karena citra akan datang dengan sendirinya dari upaya yang dilaksanakan oleh perusahaan, sehingga komunikasi dan keterbukaan perusahaan merupakan salah satu faktor utama untuk mendapat citra perusahaan yang positif.¹² Sehingga para nasabah mempercayai suatu perusahaan.

Kepercayaan adalah keyakinan seseorang terhadap reliabilitas dan integrasi. Kepercayaan merupakan dimensi hubungan bisnis yang menentukan tingkat dimana orang merasa dapat bergantung pada integrasi janji yang ditawarkan oleh orang lain. Kepercayaan merupakan suatu pondasi bagi suatu perusahaan. Suatu transaksi bisnis antara dua pihak atau lebih akan terjadi apabila masing- masing mempercayai nya. Kepercayaan terbentuk dari kepuasan nasabah yang kemudian menjadi indikasi awal terbentuknya kesetiaan nasabah.¹³ Untuk itu perusahaan harus mampu mempertahankan kepercayaan nasabah sehingga nasabah berkomitmen untuk bertransaksi dalam jangka panjang.

Komitmen nasabah adalah suatu sikap yang merupakan niat untuk mempertahankan hubungan jangka panjang karena hubungan tersebut dirasa berharga dan memberikan manfaat. Terbentuknya suatu komitmen nasabah

¹²Windari & Abdul Nasser Hasibuan, "Pengaruh Zakat Perbankan Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Rasio Profitabilitas Bank Umum Syariah Di Indonesia" 5, no. 1 (Juni 2021) hlm. 64.

¹³Rudy Haryono, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah* (Bangkes: Duta Media, 2020), hlm. 17-18.

tersebut. Suatu perusahaan mampu membuat nasabah memenuhi kebutuhan nasabah.

Dengan demikian dari lima faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah peneliti memilih tiga faktor untuk dijadikan sebagai variabel dalam penelitian. Adapun ketiga faktor itu adalah kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan citra perusahaan.

Hasil penelitian terdahulu membuktikan bahwa ada keterkaitan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah. Dimana membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas nasabah.¹⁴ Lain hal nya dengan penelitian lain menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh langsung terhadap loyalitas nasabah.¹⁵

Hasil penelitian terdahulu membuktikan bahwa ada keterkaitan antara kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah. Dimana membuktikan bahwa kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.¹⁶ Lain hal nya dengan penelitian lain yang menunjukkan bahwa kepuasan nasabah tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.¹⁷

Hasil penelitian terdahulu membuktikan bahwa ada keterkaitan antara citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah. Dimana membuktikan bahwa

¹⁴Nik Amah & Septi Hendriana, "Determinan Loyalitas Nasabah (Studi Pada Bank Syariah Di Kota Madiun)," *Akuntansi dan pendidikan* 13, no. 1 (Oktober 2016) hlm. 161.

¹⁵Ria Octavia, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Index Lampung," *Manajemen Pemasaran* 13, no. 1 (April 2019): hlm. 35.

¹⁶Ilya Octavia, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepercayaan sebagai Intervening (Studi di BPRS Sukowati Sragen Cabang Boyolali)" (Skripsi, IAIN Salatiga, t.t.), hlm. 87.

¹⁷Poppy Alvianolita Sanistasya, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas nasabah tabungan Britama pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Samarinda," *Ilmu Administrasi bisnis*, Volume 3, no. 1, 2015, hlm. 231.

citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.¹⁸ Lain halnya dengan penelitian lain menunjukkan bahwa citra perusahaan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.¹⁹

Hasil pengamatan peneliti pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan masih ada nasabah yang belum dikatakan loyal. Dimana nasabah tersebut tidak terus menerus melakukan pembelian produk secara berulang.²⁰ Berdasarkan permasalahan dan penelitian terdahulu diatas yang menunjukkan ketidakkonsistenan hasil. Hal ini menjadi daya tarik bagi peneliti untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah, dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan. Maka dari itu peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul **“Determinan Loyalitas Nasabah Pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan, maka peneliti dapat mengidentifikasi masalah yang akan diteliti sebagai berikut:

1. Terjadi penurunan jumlah nasabah gadai emas PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan.

¹⁸Ahmad Fadhli Edar, dkk, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah, dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Central Asia KCU Makassar,” *Hasanuddin Journal of Applied Business and Entrepreneurship (HJABE)* 2, no. 4, Oktober 2019, hlm. 52.

¹⁹Rina Purnama, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan,” Dalam *Tirtayasa Ekonomika* 14, no. 2 Oktober 2019, hlm. 188.

²⁰Wawancara dengan Ibu Gerhana Hasibuan, Nasabah, Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan, 24 Maret 2021, Pukul: 13.30 WIB.

2. Beberapa nasabah PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan masih belum dikatakan loyal terbukti adanya suatu nasabah hanya sekali pembelian produk dan belum setia terhadap perusahaan.
3. Karyawan PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan belum mampu menarik perhatian para nasabah hal ini terlihat dari adanya beberapa nasabah yang belum mampu dipertahankan menjadi nasabah loyal.
4. Nasabah belum sepenuhnya merasa puas dengan kualitas pelayanan yang di berikan pegawai PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan, terbukti adanya suatu nasabah belum puas dengan pelayanan yang diberikan.
5. Karyawan PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan belum mampu memberikan citra yang baik kepada nasabah, hal ini terlihat dari adanya nasabah yang tidak loyal.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penelitian ini perlu dibatasi supaya hasilnya akurat serta tidak biasa dan pembahasannya lebih spesifik serta lebih mendalam. Tidak hanya itu keterbatasan waktu, ilmu dan dana yang dimiliki oleh peneliti juga menjadi salah satu aspeknya, sehingga peneliti memberikan batasan- batasan masalah dalam penelitian ini diantaranya:

1. Penelitian ini dilakukan kepada nasabah PT Pegadaiaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan, tepatnya nasabah gadai emas. Alasannya

karena mengingat banyaknya produk yang ada di Pegadaiaan Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan mencakup beberapa diantaranya tabungan emas, mulia syariah ultimate, amanah, arrum dan lain- lain.

2. Penelitian ini membahas loyalitas nasabah dari segi kualitas pelayanan, kepuasan nasabah dan citra perusahaan sehingga bahasan loyalitas nasabah dibagi menjadi tiga bagian yaitu kualitas pelayanan, kepuasan nasabah dan citra perusahaan.

D. Definisi Operasional Variabel

Untuk meminimalisir salah pemahaman kata terhadap istilah yang dipakai dalam penelitian maka disini dibuat defenisi operasional variabel, agar bisa menjelaskan istilah yang dipakai dalam penelitian ini. Defenisi operasional variabel merupakan objek pengamatan penelitian ataupun salah satu faktor- faktor yang berperan dalam kejadian atau gejala yang hendak diteliti sesuai dengan judul peneliti yaitu “Determinan Loyalitas Nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan” maka variabel- variabel yang terkait dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel I.2
Defenisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
Loyalitas Nasabah (Y)	Loyalitas nasabah merupakan kesetiaan nasabah terhadap suatu perusahaan untuk melakukan pembelian	a. Melakukan pembelian ulang secara teratur b. Melakukan pembelian diluar garis produk /jasa c. Merekomendasikan produk d. Menunjukkan	Ordinal

	produk secara berulang kali sehingga dikatakan nasabah yang loyal.	kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing.	
Kualitas Pelayanan (X_1)	Kualitas pelayanan merupakan tingkat mutu yang diharapkan dan mengendalikan atas keunggulan untuk memenuhi kebutuhan nasabah.	a. Kehandalan (<i>Reliability</i>) b. Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>) c. Jaminan (<i>Assurance</i>) d. Empati (<i>Empathy</i>) e. Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)	Ordinal
Kepuasan Nasabah (X_2)	Kepuasan nasabah merupakan respon nasabah terhadap perasaan yang apa yang dirasakan setelah pemakaiannya dalam suatu Perusahaan.	a. Kesesuaian harapan b. Minat berkunjung kembali c. Kesiediaan merekomendasikan	Ordinal
Citra Perusahaan (X_3)	Citra perusahaan merupakan pandangan nasabah terhadap perusahaan melalui transaksi-transaksi yang melekat pada perusahaan tersebut.	a. Kepribadian (<i>Personality</i>) b. Reputasi (<i>Reputation</i>) c. Nilai (<i>Value</i>) d. Identitas Perusahaan (<i>Corporate Identity</i>)	Ordinal

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka yang menjadi rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan?

2. Apakah terdapat pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan?
3. Apakah terdapat pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan?
4. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan citra perusahaan secara simultan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan?

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang peneliti rumuskan, maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan.
3. Untuk mengetahui pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan citra perusahaan secara simultan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan.

G. Kegunaan Penelitian

Kegunaan yang diperoleh dari penelitian dapat dilihat dari dua sudut pandang sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan dorongan yang berarti bagi penulis, yang berkaitan dengan teori yang telah diperoleh selama kuliah.

2. Kegunaan Praktis

a. Bagi Peneliti

Sebagai sarana penambah pengetahuan peneliti dalam melakukan penelitian. Peneliti diharapkan dapat menambah dan wawasan dibidang ekonomi dan lembaga keuangan syariah khususnya dalam Perbankan Syariah, dan sarana untuk menambah pengalaman di lapangan sebelum masuk didunia kerja.

b. Bagi PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan

Diharapkan dengan penelitian ini dapat bermanfaat bagi perusahaan, sebagai bahan masukan dan informasi tambahan bagi PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan yang berkaitan dengan Determinan Loyalitas Nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan.

c. Bagi Para Pembaca

Peneliti berharap, penelitian ini dapat berguna bagi para pembaca sebagai bahan untuk penambah ilmu dan wawasan dalam menyelesaikan dengan baik. Dan diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya yang penelitiannya yang berkaitan dengan penelitian ini.

H. Sistematika Pembahasan

Adapun sistematika pembahasan dalam penelitian ini, peneliti membaginya kedalam beberapa bagian, diantaranya sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan didalamnya memuat tentang latar belakang, identifikasi masalah, batasan masalah, definisi operasional variabel rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika pembahasan. Secara umum, segala sub bab dalam pendahuluan dibahas tentang perihal yang melatarbelakangi sesuatu permasalahan yang diteliti. Permasalahan yang timbul tersebut akan diidentifikasi permasalahan yang terdapat. Batasan yang sudah ditetapkan akan dibahas dengan variabelnya. Setelah itu dari identifikasi dan batasan masalah yang ada, maka masalah akan dirumuskan sesuai dengan tujuan dari penelitian.

Bab II Landasan Teori didalamnya memuat tentang kerangka teori, penelitian terdahulu, kerangka pikir dan hipotesis. Secara umum segala sub bab bahasan yang terdapat dalam landasan teori mengulas tentang penjelasan-penjelasan mengenai variabel penelitian secara teori yang dipaparkan dalam kerangka teori. Teori yang terdapat tentang variabel penelitian akan digambarkan bagaimana hubungan antara variabel dalam bentuk kerangka pikir setelah itu membuat hipotesis yang merupakan jawaban sementara.

Bab III Metodologi Penelitian didalamnya memuat tentang lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, instrumen pengumpulan data, uji validitas dan reabilitas instrumen dan analisis data. Secara umum segala sub bab bahasan yang terdapat dalam metode penelitian membahas tentang lokasi dan waktu penelitian serta jenis penelitian. Kemudian akan ditentukan populasi dan sampel, data- data yang diperlukan akan dikumpulkan hingga langkah selanjutnya adalah melakukan analisis data sesuai dengan berbagai uji yang dibutuhkan dalam penelitian.

BAB IV Hasil Penelitian didalamnya memuat tentang deskripsi data penelitian, hasil analisis data dan pembahasan penelitian. Secara umum seluruh sub bab bahasan ini membahas tentang hasil penelitian. Mulai dari pendeskripsian data yang akan diteliti, kemudian melakukan analisis data menggunakan teknik analisis data yang sudah dicantumkan.

BAB V Penutup didalamnya memuat tentang kesimpulan dan saran. Secara umum seluruh sub- sub bahasan ini membahas tentang kesimpulannya yang diperoleh dari penelitian setelah melakukan analisis data. Hal ini merupakan langkah akhir dari penelitian dengan memuat kesimpulan dari hasil penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Loyalitas Nasabah

a. Pengertian Loyalitas Nasabah

Pada umumnya, loyalitas berkaitan dengan kesetiaan, sikap menurut, dan mau menerima apa adanya dalam suatu perusahaan, dan tidak mudah berpindah pada tujuan lain. Konsep marketing, loyalitas sangat erat kaitannya dengan nasabah. Loyalitas tidak dapat dibentuk sebelum adanya proses pembelian, karena loyalitas terbentuk karena adanya kesan kualitas dan pengalaman dalam menggunakan barang atau jasa. Loyalitas sangat penting bagi suatu perusahaan karena loyalitas dapat meningkatkan keuntungan dan dapat mempertahankan berlangsungnya transaksi suatu perusahaan.

Menurut Elta Mamang Sangadji dan Sopiah Loyalitas Pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek toko, atau pemasok, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten.²¹ Loyalitas pelanggan berkaitan dengan hubungan antara perusahaan dan pelanggan. Loyalitas pelanggan termasuk sikap dimana penilaian pelanggan dan perasaan tentang suatu produk, pelayanan, hubungan, merek,

²¹Elta Mamang Sangadji & Sopiah , *Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013).

atau perusahaan terkait pembelian berulang. Loyalitas pelanggan adalah kesetiaan nasabah untuk terus menerus menggunakan produk yang sama dari suatu perusahaan.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa loyalitas nasabah adalah bentuk kesetiaan seseorang serta perilaku seseorang untuk mau dan bersedia merekomendasikan apa yang ia rasakan kepada orang lain. Sehingga loyalitas nasabah sangat penting bagi suatu perusahaan. Sebagaimana bagi umat islam yang beriman, mereka mengakui akan hakikat dan iman agama tanpa ada dusta, keimanan inilah yang dimaksud dengan loyalitas manusia.

Sebagaimana Allah SWT, berfirman dalam surah Al- Hujarat ayat 15 yaitu:

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

Artinya:

“Sesungguhnya orang- orang yang beriman itu hanyalah orang- orang yang percaya (beriman) kepada Allah dan Rasul- Nya, kemudian mereka tidak ragu- ragu dan mereka berjuang (berjihad) dengan harta dan jiwa mereka pada jalan Allah. Mereka itulah orang- orang yang benar”. (Q.S Al- Hujurat: 15)²²

Ayat diatas dapat dikaitkan dengan loyalitas pelanggan, yang mana jika pelanggan sudah setia dan percaya pada suatu

²²Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-qur'an dan Terjemahan* (Surabaya: Halim, 2013), hlm. 517.

perusahaan atau merek maka ia akan menjadi loyal yang tak peduli dengan harga produk tersebut. Sebagaimana yang dikatakan Bames bahwa salah satu faktor yang berpotensi dalam menghasilkan keuntungan dari pelanggan yang bertahan lama (loyal) mereka yang tidak begitu sensitif terhadap harga. Nasabah yang loyal dapat dikatakan apabila nasabah tersebut dapat melakukan pembelian kembali terhadap produk atau jasa yang dilakukan minimal dua kali di masa mendatang, ketika nasabah tersebut sudah memiliki rasa loyalitas terhadap perusahaan mereka tidak akan terpengaruh dengan produk atau jasa dari pihak perusahaan lain.

b. Indikator Loyalitas Nasabah

Menurut Griffin bahwa loyalitas pelanggan lebih cenderung lebih dekat dengan perilaku bukan sikap. Dengan demikian jika seorang nasabah telah membeli dua atau tiga kali produk yang sama maka nasabah tersebut dapat dikatakan nasabah yang loyal.

Adapun indikator loyalitas nasabah yaitu sebagai berikut:²³

- 1) Melakukan pembelian ulang secara teratur (*Makes Regular Factor Purchase*)
- 2) Melakukan pembelian diluar garis produk/ jasa (*Purchase across product and service line*)
- 3) Merekomendasikan produk lain (*Refers Other*)

²³Lili Suryati, *Manajemen Pemasaran suatu strategi dalam meningkatkan loyalitas pelanggan* (Yogyakarta: Cv. Budi Utama, 2019), hlm. 49.

- 4) Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing (*Demonstrates an immunity to the full of the competition*)

c. Karakteristik Loyalitas Nasabah

Beberapa karakteristik umum yang menunjukkan kecenderungan nasabah loyal yaitu sebagai berikut:

- 1) Nasabah yang loyal terhadap produk perusahaan akan cenderung lebih percaya diri terhadap pilihannya.
- 2) Nasabah yang loyal lebih memungkinkan merasakan tingkat resiko yang lebih tinggi dalam pembeliannya.²⁴
- 3) Nasabah yang loyal disebabkan oleh kualitas produk yang memuaskan.
- 4) Kelompok nasabah yang minoritas cenderung untuk lebih loyal terhadap produk.

d. Faktor- Faktor yang mempengaruhi Loyalitas Nasabah

Faktor- faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah yaitu sebagai berikut:²⁵

1) Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan mengendalikan atas keunggulan untuk memenuhi keinginan nasabah. Kualitas pelayanan merupakan salah satu yang harus dikerjakan dengan baik, karena dengan kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan retensi

²⁴Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer pada Motif, tujuan, dan Keinginan Konsumen* (Jakarta: Kencana, 2019), hlm. 124.

²⁵Ratih Huriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, hlm. 132.

pelanggan, keuntungan, citra perusahaan, dan keinginan pelanggan sehingga dapat mempertahankan suatu perusahaan.

2) Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk atau jasa yang ia rasakan dengan harapannya.²⁶ Kepuasan nasabah pada dasarnya merupakan tingkat kesesuaian antara harapan dan kenyataan yang diterima. Kepuasan nasabah sangat penting bagi suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang perbankan dimana pelayanan yang baik memegang peran utama dalam memberikan kepuasan kepada nasabahnya.

3) Citra Perusahaan

Citra perusahaan merupakan persepsi dan kesan masyarakat terhadap suatu perusahaan, dimana nasabah akan memberikan citra yang baik bagi suatu perusahaan jika perusahaan mampu memberikan citra yang positif. Citra perusahaan sangat penting bagi kelangsungan suatu perusahaan, karena akan berpengaruh terhadap seluruh elemen yang ada dalam perusahaan tersebut.

4) Kepercayaan Nasabah

Kepercayaan merupakan harapan umum yang dimiliki seseorang bahwa kata-kata yang diberikan oleh suatu perusahaan dapat diandalkan. Kepercayaan merupakan salah

²⁶Harry Susanto & Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Pustaka Setia, 2013), hlm. 39.

satu yang sangat penting bagi sebuah komitmen atau janji, dan komitmen hanya dapat direalisasikan jika suatu saat berarti.

5) Komitmen Nasabah

Komitmen nasabah merupakan adalah suatu sikap yang merupakan niat untuk mempertahankan keterhubungan jangka panjang karena hubungan tersebut dirasa berharga dan memberikan manfaat.

e. Jenis- Jenis Loyalitas Nasabah

Menurut Jill Griffin ada empat jenis loyalitas nasabah yang muncul apabila keterkaitan rendah tinggi diklasifikasi dengan pola pembelian ulang. Adapun jenis- jenis loyalitas nasabah adalah sebagai berikut:²⁷

1) Tanpa Loyalitas (*No Loyalty*)

Tingkat kerikatan yang rendah dengan pembelian ulang yang rendah menunjukkan absennya suatu kesetiaan. Pada dasarnya, suatu usaha harus menghindari kelompok tidak loyalitas ini untuk dijadikan target pasar, karena mereka tidak akan menjadi nasabah yang setia.

2) Loyalitas yang lemah (*Inertia Loyalty*)

Loyalitas yang lemah merupakan sebuah jenis loyalitas nasabah yang dimana adanya keterikatan pembelian yang rendah dengan pembelian ulang yang tinggi. Nasabah yang memiliki

²⁷Didin Fatihudin & Anang Firmansyah, *Pemasaran Jasa Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan* (Yogyakarta: Cv. Budi Utama, 2019), hlm. 94-95.

sikap ini biasanya membeli berdasarkan kebiasaan. Dalam pembelian produk atau jasa disebabkan oleh faktor kemudahan situasional.

3) Loyalitas Tersembunyi (*Laten Loyalty*)

Loyalitas tersembunyi merupakan sebuah kesetiaan atau kerikatan yang relatif tinggi yang disertai dengan tingkat pembelian ulang yang rendah. Nasabah yang mempunyai sikap loyalitas tersembunyi pembelian ulang juga didasarkan faktor situasional dari pada sikapnya.

4) Loyalitas Premium (*Premium Loyalty*)

Loyalitas premium adalah suatu jenis loyalitas yang paling dapat ditingkatkan, terjadi bila ada tingkat keterikatan yang tinggi, kesetiaan jenis ini sangat diharapkan dari setiap pelanggan dalam setiap perusahaan. Jenis loyalitas ini yang lebih disukai untuk semua pelanggan disetiap perusahaan.

2. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas adalah totalitas karakteristik produk atau jasa untuk memberikan kepuasan kebutuhan nasabah. Pelayanan adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen, yang bersifat tidak terwujud dan tidak dapat dimiliki.²⁸

Kualitas pelayanan adalah kemampuan perusahaan memenuhi

²⁸M. Nur Rianto, *Dasar Dasar Pemasaran Bank syariah* (Jakarta: Alfabeta, 2012), hlm. 211.

kebutuhan dan keinginan pelanggan sesuai dengan harapan pelanggan.²⁹

Kualitas pelayanan merupakan salah satu yang harus dikerjakan dengan baik, karena dengan kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan retensi pelanggan, keuntungan, citra perusahaan, dan keinginan pelanggan sehingga dapat mempertahankan suatu perusahaan. Berdasarkan pengertian kualitas pelayanan diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat mutu yang dilakukan suatu organisasi atau perusahaan barang atau jasa dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan dari nasabah.

Kualitas pelayanan menurut Perpekstif Ekonomi Islam merupakan islam yang mengatur apabila hendak membagi hasil usaha yang baik berupa barang maupun jasa atau pelayanan seharusnya memberikan yang berkualitas dan berhati lemah-lembut.

Sebgaimana Allah SWT, berfirman dalam surah Ali- ‘Imran ayat 159 yaitu:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ^ط وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ
لَأَنْفَضُوا^ط مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ^ط وَأَسْتَغْفِرْ لَهُمْ^ط وَشَاوِرْهُمْ فِي
الْأَمْرِ^ط فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ^ج إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

²⁹Fandi Tjiptono, *Service Management Mewujudkan Layanan Prima* (Yogyakarta: Andi Offset, 2017), hlm. 85.

Artinya:

“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah engkau berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya engkau berlaku keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu, maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila engkau telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.”(Q.S Ali-‘Imran:159)³⁰

Adapun tafsir dari ayat diatas menurut M. Quraish Shihab yaitu:

Diberikan Allah kepada Nabi Muhammad untuk menuntun dan mendingkannya, sambil menyebutkan sikap lemah lembut Nabi kepada kaum muslim, khususnya mereka yang telah melakukan kesalahan dan pelanggaran dalam perang uhud itu. Sebenarnya cukup banyak hal dalam peristiwa perang uhud yang dapat mengundung emosi manusia untuk marah, Namun demikian, cukup banyak pula bukti yang menunjukkan kelemahan lembut Nabi SAW. Beliau bermusyawarah dengan mereka sebelum memutuskan perang, beliau menerima usulan mayoritas mereka, walau beliau sendiri kurang berkenan, beliau tidak memaki dan mempersalahkan para pemanah yang meninggalkan markas mereka, tetapi hanya menegurnya dengan halus, dan lain- lain.³¹

Manusia dituntut untuk berlaku lemah lembut agar orang lain merasakan kenyamanan bila berada disampingnya, apalagi dalam pelayanan yang mana suatu nasabah banyak pilihannya, bila pelaku perusahaan tidak mampu memberikan rasa aman dengan kelemahan-lembutannya maka nasabah akan berpindah ke perusahaan lain. Sebagai karyawan harus mampu memberikan pelayanan yang baik, harus menghilangkan sikap keras hati dan harus memiliki sifat

³⁰Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-qur'an dan Terjemahan* (Surabaya: Halim, 2013), hlm. 71.

³¹M. Quraish Shihab, *Pesan, Kesan dan Kerasian Al- Qur' an*, vol. 2 (Jakarta: Lentera Hati, 2003), hlm. 241-242.

pemaaf kepada nasabah agar nasabah terhindar dari sikap rasa takut, tidak percaya dan perasaan adanya bahaya dari pelayanan yang diterima.

Menurut Kotler, P dan Keller, menyatakan bahwa “semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan yang diberikan maka tingkat kepuasan nasabah yang dihasilkan akan semakin meningkat dan memicu meningkatnya harga sehingga mampu meminimalisir pengeluaran”.³² Jika kualitas pelayanan rendah, akan merugikan banyak hal dalam suatu perusahaan. Sehingga besar kemungkinan nasabah tidak puas akan jasa yang diberikan perusahaan karena tidak memenuhi harapan dan keinginan nasabah.

Kualitas pelayanan bagi industri perbankan sangat penting terhadap kesuksesan bisnis perbankan tersebut. Maka suatu perusahaan harus mampu memberikan kualitas pelayanan yang baik bagi nasabahnya seperti kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan, keramahan pihak perusahaan dengan nasabah, karena kualitas pelayanan merupakan salah satu yang sangat penting bagi perusahaan.

Apabila pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan tersebut dapat dikatakan kualitas yang baik bagi nasabah. Jika pelayanan yang diterima melebihi harapan nasabah, maka kualitas pelayanan dapat

³²Kotler, P & Keller, *Marketing Management (14th edisi)* (Prentice Hall: Pearson Education Inc, 2012), hlm. 107.

dikatakan kualitas yang dapat memuaskan nasabah. Begitu juga sebaliknya, baik buruknya kualitas pelayanan tergantung kemampuan pelayanan yang diberikan kepada nasabah dalam memenuhi harapan nasabah.

b. Konsep Kualitas Pelayanan

Pelayanan timbul dari kreativitas para pelaku bisnis yang kemudian diikuti dengan organisasi nirbala dan instansi pemerintah. Ada lima faktor dalam pelayanan yaitu sebagai berikut:³³

- 1) Kemampuan (*ability*), merupakan suatu pengetahuan dan ketrampilan tertentu yang mutlak diperlukan untuk menunjang program pelayanan prima.
- 2) Sikap (*attitude*), merupakan sikap dan perilaku yang harus di tonjolkan oleh pegawai ketika menghadapi nasabah.
- 3) Penampilan (*appearance*), merupakan suatu penampilan pegawai perusahaan baik yang bersifat fisik maupun non fisik maupun merefleksikan kepercayaan diri nasabah.
- 4) Perhatian (*attention*), yaitu suatu karyawan harus mampu memberikan kepedulian penuh terhadap nasabah, baik yang berkaitan dengan perhatian akan kebutuhan dan keinginan nasabah tetapi pemahaman atas saran dan kritiknya.

³³M. Nur Rianto, *Dasar Dasar Pemasaran Bank syariah*, hlm. 215-216.

c. Dimensi Kualitas Pelayanan

Ada lima dimensi yang menjadi tolak ukur dari kualitas pelayanan yang di sebut dengan SERQUAL (*Service Quality*) yaitu sebagai berikut:³⁴

- a) Bukti Fisik (*Tangibles*), yaitu berupa penampilan fisik, peralatan, berbagai materi komunikasi, dan sarana prasarana fisik perusahaan.
- b) Keandalan (*Reliability*), yaitu kemampuan untuk memberikan jasa sesuai yang dijanjikan dan memenuhi kebutuhan nasabah dengan memuaskan.
- c) Ketanggapan (*Responsiveness*), yaitu kesediaan untuk membantu dan memberikan pelayanan tepat waktu.³⁵
- d) Jaminan (*Assurance*), yaitu pengetahuan, kesopan- santunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya nasabah kepada perusahaan.
- e) Empati (*Empathy*), yaitu kesediaan karyawan memberikan perhatian mendalam dan khusus kepada nasabah dengan tujuan untuk dapat memahami keinginan dari nasabah.

³⁴Rahmad Lupiyoadi & Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2013), hlm. 182.

³⁵Farid firmansyah & Rudy Haryanto, *Manajemen Kualitas Jasa Peningkatan Kepuasan & Loyalitas pelanggan* (Bengkes: Duta Media, 2019), hlm. 15.

d. Ciri- Ciri Pelayanan Yang Baik

Menurut Kasmir, adapun ciri- ciri pelayanan yang baik yaitu sebagai berikut:³⁶

- 1) Tersedia sarana dan prasarana yang baik.
- 2) Tersedia karyawan yang baik.
- 3) Bertanggung jawab.
- 4) Mampu melayani secara tepat dan tepat dalam melayani nasabah diharapkan karyawan harus melakukan sesuai prosedur.
- 5) Mampu berkomunikasi.
- 6) Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi.

3. Kepuasan Nasabah

a. Pengertian Kepuasan Nasabah

Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan kinerja/ hasil yang diterima dengan apa yang diharapkan".³⁷ Kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan nasabah setelah membandingkan antara apa yang diterima dan harapannya. Jika seorang nasabah merasa puas dengan nilai yang diberikan, sangat besar kemungkinannya menjadi nasabah dalam waktu yang lama. Jika karyawan berada di bawah harapan nasabah, maka nasabah tidak merasa puas.

Kepuasan nasabah merupakan respon nasabah terhadap evaluasi yang dirasakannya terhadap apa yang diberikan suatu

³⁶Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta: Kencana, 2018), hlm. 186-187.

³⁷Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran di Indonesia* (Jakarta: Selemba Empat, 2016), hlm. 36.

kinerja karyawan perusahaan. Kepuasan nasabah yang diberikan suatu perusahaan akan bertambah bagi peningkatan Perusahaan.

Kepuasan nasabah merupakan kunci dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Kepuasan nasabah mempunyai manfaat yang diterima perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan nasabah yang tinggi, maka dapat meningkatkan loyalitas nasabah dan dapat mencegah terjadinya perputaran nasabah sehingga meningkatnya jumlah nasabah.

Apabila nasabah merasa puas dengan pelayanan suatu karyawan terhadap pembelian produk atau jasa perusahaan maka nasabah tersebut akan menjadi loyal kepada perusahaan, mengulang kembali pembelian produk, membeli produk lain dalam perusahaan yang sama, dan memberikan promosi gratis dari mulut ke mulut.³⁸

Dengan demikian jika nasabah tidak merasa puas, maka nasabah kecewa yang mengakibatkan nasabah berhenti dengan suatu perusahaan. Adapun penyebab timbulnya tidak merasa puas nasabah terhadap pelayanan yaitu sebagai berikut:

- a) Ketidakesesuaian harapan dengan kenyataan.
- b) Layanan selama proses penyampaian jasa tidak memuaskan.
- c) Perilaku personil kurang memuaskan.
- d) Suasana dan kondisi fisik tidak menunjang.

³⁸Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hlm. 264.

- e) Biaya terlalu tinggi, jarak terlalu jauh sehingga banyak waktu yang terbuang.

b. Metode pengukuran Kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan dapat di ukur dengan beberapa metode Menurut Kotler ada 4 metode dalam pengukuran kepuasan pelanggan yaitu sebagai berikut:³⁹

- a) Sistem Keluhan dan Saran (*Complaint and sugestion system*)

Perusahaan yang fokus kepada pelanggan mempermudah pelanggannya untuk memberikan saran dan keluhan terhadap perusahaan. Setiap perusahaan perlu memberikan kesempatan yang luas untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan nasabahnya.

- b) Survei Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction Surveys*)

Perusahaan harus menghubungi para pelanggan yang berhenti membeli atau yang telah beralih ke pemasok lain guna mempelajari alasan kejadian itu. Survei ini dapat dilakukan melalui pos, telepon, atau wawancara pribadi atau pelanggan diminta mengisi angket.⁴⁰

- c) Pembeli Bayangan (*Ghost Shopping*)

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan memperkerjakan beberapa

³⁹M. Nur Rianto, *Dasar Dasar Pemasaran Bank syariah*, hlm. 204-205.

⁴⁰Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran di Indonesia*, hlm. 54.

orang untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan atau pembeli produk perusahaan dan pesaing.

d) Analisa Pelanggan Yang Lari (*Lost Customer Analysis*)

Perusahaan- perusahaan harus menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli produk perusahaan ataupun telah berpindah pada pemasok lain untuk mempelajari sebabnya.

c. Indikator Kepuasan Nasabah

Hawkins dan Lonney dikutip dalam Triptono indikator/ atribut pembentuk kepuasan sebagai berikut:⁴¹

a) Kesesuaian Harapan

Kesesuaian harapan merupakan kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan pelanggan dengan yang dirasakan oleh nasabah.

b) Minat Berkunjung Kembali

Minat berkunjung kembali merupakan kesediaan nasabah untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait.

c) Kesiediaan Merekomendasikan

Kesiediaan merekomendasikan merupakan kesediaan nasabah untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga.

⁴¹Candrianto, *Kepuasan Pelanggan Suatu Pengantar* (Malang: CV. Literasi Nusantara, 2021), hlm. 61.

4. Citra Perusahaan

a. Pengertian Citra Perusahaan

Citra merupakan sesuatu hal yang dapat diciptakan berupa reputasi ataupun cerminan dari suatu produk. Citra adalah masyarakat yang mempersepsi (memikirkan) perusahaan atau produknya.⁴² Citra adalah cara yang dilakukan nasabah dengan memberikan pemikiran terhadap produk yang dapat membangun karakter produk dan proporsi nilai.

Citra merupakan konsep yang mudah dimengerti tetapi sulit untuk dijelaskan secara sistematis karena sifatnya abstrak. Para nasabah dalam membeli sebuah produk bukan hanya sekedar membutuhkan barang tersebut, tetapi ada sesuatu yang lain itu sesuai dengan citra yang terbentuk didalam dirinya. Oleh karena itu, suatu perusahaan sangat penting memberikan citra perusahaan yang baik.

Citra perusahaan adalah pendapat nasabah dari suatu gambaran perusahaan dimata para nasabah yang terbentuk berdasarkan pengetahuan dan pengalaman suatu nasabah terhadap perusahaan. Citra perusahaan yang baik merupakan aset bagi suatu perusahaan, karena citra perusahaan memiliki suatu dampak terhadap suatu nasabah. Jadi semakin baik citra suatu perusahaan maka, produk-

⁴²Philip Kotler & Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi 13 jilid 1* (Jakarta: Salemba Empat, 2018), hlm. 388.

produk dari suatu perusahaan tersebut akan lebih mudah diterima oleh nasabah.

Citra perusahaan yang baik merupakan aset yang sangatlah penting bagi kelangsungan suatu perusahaan, karena dapat mempengaruhi seluruh elemen yang ada didalam perusahaan tersebut. Dengan demikian, citra merupakan tolak ukur dari lembaga dan harapan yang mampu mendorong citra perusahaan yang positif.

Terbentuknya citra perusahaan yang baik memerlukan proses yang panjang karena terbentuk sebagai hasil dari persepsi terhadap objek yang terikat dalam kurun waktu tertentu. Semakin baik citra perusahaan tersebut maka tingkat kepuasan suatu nasabah semakin besar, akan tetapi jika citra perusahaan tersebut buruk maka semakin rendah tingkat kepuasan nasabah.

Citra perusahaan penting bagi setiap perusahaan karena merupakan keseluruhan kesan yang terbentuk di benak masyarakat tentang perusahaan. Adapun pentingnya citra perusahaan dikemukakan Gronross yaitu sebagai berikut:⁴³

a) Menceritakan harapan bersama kompanye pemasaran eksternal.

Citra positif memberikan kemudahan perusahaan untuk berkomunikasi dan mencapai tujuan secara efektif sedangkan citra negatif sebaliknya.

⁴³Rudy Haryono, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah* (Bangkes: Duta Media, 2020), hlm. 42.

- b) Sebagai penyaring yang mempengaruhi persepsi pada kegiatan perusahaan.
- c) Sebagai fungsi dari pengalaman dan harapan pelanggan atas kualitas pelayanan perusahaan.
- d) Mempunyai pengaruh penting terhadap manajemen atau dampak internal.

b. Indikator Citra Perusahaan

Menurut Kotler dan Keller ada beberapa indikator citra perusahaan adalah sebagai berikut:⁴⁴

a) Kepribadian (*Personality*)

Keseluruhan karakteristik perusahaan yang dipahami oleh publik sasaran seperti perusahaan yang dapat dipercaya, perusahaan yang mempunyai tanggung jawab sosial.

b) Reputasi (*Reputation*)

Suatu hal yang dilakukan perusahaan yang diyakini oleh publik sasaran berdasarkan pengalaman sendiri maupun pihak lain seperti kinerja keamanan transaksi sebuah perusahaan, baik buruknya reputasi perusahaan diketahui pelanggan berdasarkan pengalaman memanfaatkan layanan jasa perusahaan yang diberikan.

⁴⁴A. A Ayu Ratih Permata sari & Ni Nyoman Kerti Yasa, *Kepuasan Pelanggan Di Antara Hubungan Citra Perusahaan Dan Kewajaran Harga Dengan Loyalitas Pelanggan Mapemall.Com* (Jateng: Lakeisha, 2020), hlm. 14-15.

c) Nilai (*Value*)

Nilai yang dimiliki suatu perusahaan dengan kata lain budaya perusahaan seperti sikap manajemen yang peduli terhadap nasabah, karyawan yang cepat tanggap terhadap permintaan atau keluhan suatu nasabah.

d) Identitas Perusahaan (*Corporate Identity*)

Identitas perusahaan merupakan komponen-komponen yang mempermudah pengenalan publik sasaran terhadap perusahaan seperti logo, warna, maupun slogan.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu digunakan peneliti sebagai bahan perbandingan bagi peneliti dan dapat menunjang penelitian serta penyempurnaan hasil penelitian.

Tabel II. 1
Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Dewi Setyowati (Skripsi IAIN Salatiga, 2018)	Determinan Loyalitas Nasabah Di Bank Syariah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi pada Bank BPR Syariah Artha Amanah Ummat Ungaran)	Kepercayaan, Citra Bank, Kualitas pelayanan, dan kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah BPR Syariah Artha Amanah Ummat Ungaran
2.	Ria Octavia (Jurnal Manajemen Pemasaran, 2019)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Index Lampung	Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, kualitas pelayanan tidak berpengaruh langsung terhadap loyalitas

			nasabah, dan kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.
3.	Ahmad Fadhli Edar, Muhammad Asdar dan Abdul Razak Munir (HJABE, 2019)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah, dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Central Asia KCU Makasar	Kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Adapun secara simultan kualitas pelayanan, kepuasan nasabah dan citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.
4.	Yudhi Dwi Angkoso (Jurnal AKSARA PUBLIC, 2019)	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank BNI Jalan Sudirman Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Nasabah	Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, dan kepuasan nasabah signifikan terhadap loyalitas nasabah.
5.	Siti Rabiula, Khaeriyah Van Fatimah, dan Sugiyanto (HUMANIS, 2019)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas nasabah pada PT. Bank Permata TBK	Kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap loyalitas nasabah.
6.	Muhammad Isa, (Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam, 2019)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Siswa Lembaga Bimbingan Belajar “Potensi” Panyabungan	Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan siswa belajar di lembaga bimbingan belajar potensi.
7.	Latifa Usla Batubara, (Skripsi IAIN Padangsidim	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Sahabat	Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah

	puan, 2019)	Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Padangsidempuan	
--	-------------	---	--

Adapun persamaan dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu:

Dewi Setyowati, persamaan penelitian ini adaah sama- sama membahas tentang loyalitas nasabah. Perbedaan penelitian ini adalah pada lokasi dan studi kasus yang diteliti dimana pada penelitian itu yaitu di Bank Syariah dengan kepuasan sebagai variabel Intervening pada Bank BPR Syariah Artha Amanah Ummat Ungaran, sedangkan pada peneliti yaitu pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan.

Ria Octavia, persamaan dalam penelitian ini adalah sama- sama membahas loyalitas nasabah. Perbedaannya dalam penelitian adalah penelitian Ria Ovtavia membahas dua variabel bebas yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah sedangkan penelitian ini membahas tiga variabel bebas yaitu kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan citra perusahaan.

Ahmad Fadhli Edar, Muhammad Asdar dan Abdul Razak Munir, persamaan dalam penelitian ini adalah sama- sama membahas loyalitas nasabah. Perbedaan dalam penelitian ini adalah pada studi kasus.

Yudhi Dwi Angkoso, persamaan dalam penelitian ini adalah sama- sama membahas loyalitas nasabah. Perbedaan penelitian ini adalah pada studi kasus dimana pada penelitian ini pada Bank BNI Jalan Jenderal

Sudirman, sedangkan penelitian ini studi kasus pada Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan.

Siti Rabiula, Khaeriyah Van Fatimah, dan Sugiyanto, persamaan dalam penelitian ini adalah sama- sama membahas loyalitas nasabah. Sedangkan perbedaan dalam penelitian ini adalah pada lokasi dan studi kasus penelitiannya, dimana penelitian ini studi kasus pada Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan.

Muhammad Isa, persamaan dalam penelitian ini adalah sama- sama membahas variabel kualitas pelayanan. Sedangkan perbedaan dalam penelitian ini adalah pada variabel Y, dan membahas satu variabel X.

Latifa Usla Batubara, persamaan dalam penelitian ini adalah sama- sama membahas loyalitas nasabah. terdapat salah satu variabel dalam penelitian. Perbedaan dalam penelitian ini adalah dalam penelitian ini hanya menggunakan satu variabel sedangkan peneliti menggunakan tiga variabel, studi kasus yang berbeda.

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir adalah suatu model konseptual mengenai bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.⁴⁵ Jadi dalam kerangka pikir yang baik akan menjelaskan hubungan antara variabel independent dengan dengan variabel dependent. Dalam penelitian ini akan dijelaskan mengenai pengaruh variabel independen yaitu kualitas pelayanan (X_1), kepuasan

⁴⁵Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 88.

nasabah (X_2), dan citra perusahaan (X_3). Variabel dependennya yaitu loyalitas nasabah.

Loyalitas nasabah dapat diartikan sebagai tolak ukur dalam menilai perkembangan suatu perusahaan atau Bank dalam pencapaian tujuan yang sudah di tentukan. Loyalitas nasabah dapat dikatakan sebagai salah satu komponen suatu perusahaan maupun Bank. Loyalitas nasabah meliputi kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan citra bank.

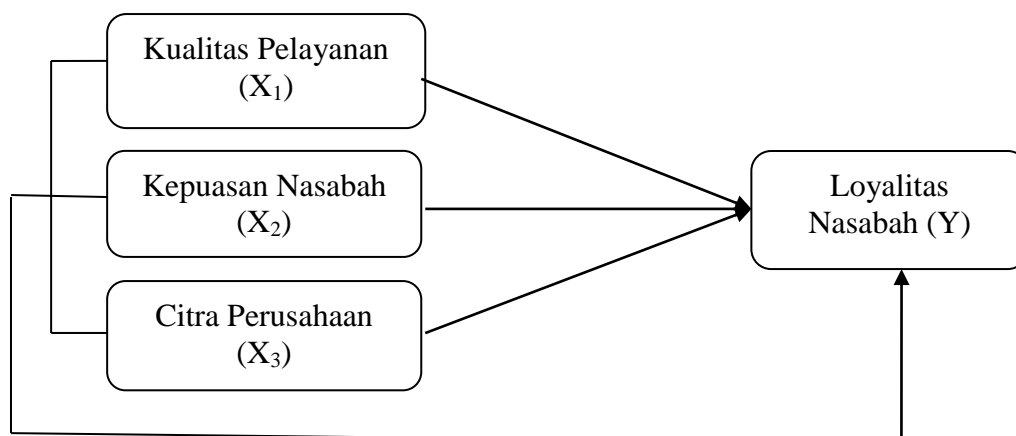
Kualitas pelayanan adalah tingkat mutu yang dilakukan suatu perusahaan barang atau jasa dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan dari nasabah. Kualitas pelayanan yang baik akan menghasilkan nasabah yang selalu merasa puas, dan nasabah yang merasa puas biasanya menjadi nasabah yang loyal.⁴⁶ Hal ini kualitas pelayanan saling berkaitan dengan kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah merupakan respon nasabah terhadap evaluasi yang dirasakannya terhadap apa yang diberikan suatu kinerja karyawan perusahaan. Citra perusahaan adalah pandangan nasabah terhadap perusahaan atau bank melalui atribut-atribut yang melekat pada perusahaan tersebut. Suatu karyawan yang mampu memberikan kualitas pelayanan, kepuasan nasabah dan citra bank yang baik, diberikan kepada nasabah maka suatu perusahaan dapat mempertahankan suatu nasabahnya menjadi loyal dan mampu mencapai tujuan suatu perusahaan.

Sehingga perlu dikaji dan diteliti apakah kualitas nasabah, kepuasan nasabah dan citra perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada

⁴⁶Muhammad Isa, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Siswa Lembaga Bimbingan Belajar 'Potensi' Panyabungan" 5, no. No. 1 (2019).

PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan. Sehingga penelitian akan menggunakan kerangka pikir seperti yang tertera pada gambar II.1 dibawah ini:

Gambar II.1
Kerangka Pikir



Berdasarkan kerangka pikir diatas dapat dijelaskan bahwa loyalitas nasabah dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya yaitu kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan citra perusahaan. Dimana kualitas pelayanan mempengaruhi loyalitas nasabah, kepuasan nasabah mempengaruhi loyalitas nasabah, citra perusahaan mempengaruhi loyalitas nasabah, serta kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan citra perusahaan secara bersama- sama mempengaruhi loyalitas nasabah.

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan pernyataan peneliti tentang ikatan antara variabel- variabel dalam peneliti, dan beberapa pernyataan yang paling spesifik. Hipotesis disebut juga sebagai jawaban sementara dari penelitian

yang telah dilakukan, seperti perilaku, fenomena, atau dengan kata lain peristiwa tertentu yang telah terjadi.

Sesuai dengan kerangka pikir maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

- H₁: Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan.
- H₂: Terdapat pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan.
- H₃: Terdapat pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Pegadaian Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan.
- H₄: Terdapat pengaruh kualitas nasabah, kepuasan nasabah, dan citra perusahaan secara simultan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak yang berlokasi di JL. Serma Lian Kosong/ex. Sudirman No. 28E Padangsidempuan, Sumatera Utara. Penelitian ini dimulai bulan Desember 2020 sampai dengan November 2021.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dipakai adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan data kuantitatif (data yang berbentuk angka atau data yang diangkakan), atau data yang diukur dalam suatu skala numberik (angka).

Dalam ruang lingkup penelitian dilihat dari segi bentuk data yang telah tersedia ada dua yaitu kualitatif yang berarti serangkaian informasi yang di gali dari hasil penelitian, masih merupakan fakta verba, atau berupa keterangan- keterangan saja. Sedangkan data kuantitatif merupakan data statistik yang berupa angka- angka, baik secara langsung digali dari hasil penelitian maupun hasil pengelolaan data kualitatif menjadi data kuantitatif.⁴⁷

⁴⁷Muhammad Teguh, *Metodologi Penelitian Ekonomi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2015), hlm. 118.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek atau individu yang akan diteliti, memiliki karakteristik tertentu, jelas dan lengkap. Populasi merupakan daerah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki mutu serta ciri tertentu yang ditetapkan oleh peneliti buat dipelajari dan setelah itu ditarik kesimpulannya.⁴⁸ Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah yang menggunakan produk gadai emas pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan yang berjumlah 3.263 orang.

2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang dipilih melalui cara tertentu yang mewakili karakteristik tertentu, jelas dan lengkap yang dianggap mewakili populasi. Pengambilan sampel pada penelitian ini memakai rumus slovin, yaitu:

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

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Tingkat Error (Batas Toleransi Kesalahan)

⁴⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 115.

Sesuai dengan rumus diatas, sehingga diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{3263}{1 + 3263 (0,1^2)}$$

$$n = \frac{3263}{1 + 3263 (0,01)}$$

$$n = \frac{3263}{1 + 32,63}$$

$$n = \frac{3263}{33,63}$$

$n = 97,0264$ dibulatkan menjadi 100 Responden

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *accidental sampling*. *Accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/ insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data.⁴⁹

D. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen Pengumpulan data merupakan alat bantu yang seleksi serta digunakan oleh peneliti dalam kegiatannya mengumpulkan agar aktivitas tersebut jadi sistematis serta dipermudah olehnya.⁵⁰ Adapun instrumen pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

⁴⁹Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm. 85.

⁵⁰Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian* (Jakarta: Rineka Cipta, 2016), hlm. 101.

1. Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara penanya atau pewawancara dengan si penjawab atau responden dengan menggunakan alat yang dinamakan interview guide (Panduan wawancara).⁵¹ Dalam penelitian ini wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi dari karyawan serta nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan.

2. Kuesioner (Angket)

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.⁵² Jadi kuesioner merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan memberi serangkaian pertanyaan-pertanyaan untuk memperoleh informasi.

Angket yang digunakan sebagai teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan skala likert dengan kriteria sebagai berikut:

Tabel III.1
Pengukuran Skala Likert

No	Jawaban	Nilai
1.	Sangat setuju	5
2.	Setuju	4

⁵¹Nur Asnawi & Mahsyuri, *Metode riset Manajemen Pemasaran* (Malang: UIN Maliki Press, 2011), hlm. 163.

⁵²Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hlm. 49.

3.	Netral	3
4.	Tidak setuju	2
5.	Sangat tidak setuju	1

Untuk kisi- kisi angket yang akan diberikan oleh peneliti kepada responden sebagai berikut:

Tabel III.2
Kisi- kisi Angket

Variabel	Indikator	Nomor Pernyataan
Loyalitas Nasabah (Y)	a. Melakukan pembelian ulang secara teratur.	1,2
	b. Melakukan pembelian diluar garis produk/ jasa	3,4
	c. Merekomendasikan produk	5,6
	d. Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing.	7,8
Kualitas Pelayanan (X ₁)	a. Kehandalan (<i>Reability</i>)	9, 10
	b. Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	11, 12
	c. Jaminan (<i>Assurance</i>)	13, 14
	d. Empati (<i>Empathy</i>)	15, 16
	e. Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)	17, 18
Kepuasan Nasabah (X ₂)	a. Kesesuaian harapan	19, 20
	b. Minat berkunjung kembali	21, 22
	c. Kesiediaan merekomendasikan	23, 24
Citra Perusahaan (X ₃)	a. Kepribadian (<i>Personality</i>)	25, 26
	b. Reputasi (<i>Reputation</i>)	27, 28
	c. Nilai (<i>Value</i>)	29, 30
	d. Identitas Perusahaan (<i>Corporate Identity</i>)	31, 32

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, agenda dan sebagainya. dalam penelitian ini dokumentasi yang dilakukan dalam bentuk gambar seperti foto saat wawancara dan dengan cara mengumpulkan bukti gambar.

E. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Validitas ialah kondisi yang menggambarkan tingkatan instrumen yang bersangkutan sanggup mengukur apa yang hendak diukur. Adapun tujuan uji validitas dilakukan adalah untuk sah/ valid ataupun tidaknya sesuatu kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang hendak diukur oleh kuesioner tersebut.

Validitas Instrumen yang dilakukan dengan dua cara yaitu pengujian validitas kontruk (*Construct validity*) dilakukan dengan telaah pakar dan validitas empiris dicoba dengan menganalisis hubungan antar skor tiap butir instrumen dengan skor total menggunakan rumus *Product Moment Pearson*. Instrumen valid dan tidak valid akan diperoleh dari perhitungan, dengan membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} . Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ artinya valid, namun jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ artinya tidak valid.⁵³

⁵³Marsono, *Metode Penelitian Kuantitatif: Langkah- Langkah Menyusun Skripsi, Tesis Atau Disertai Menggunakan Teknik Analisis Jalur (Path Analysis)* (Bogor: In Media, 2016), hlm. 74.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indikator tingkatan keandalan ataupun keyakinan terhadap sesuatu hasil pengukuran. Sesuatu pengukuran bisa dikatakan reliable maupun mempunyai keandalan jika konsisten memberikan jawaban yang sama.⁵⁴ Pengukuran reliabilitas yang hendak digunakan dalam penelitian ini adalah memakai analisis dengan uji statistik *cronbach alpha*. Apabila variabel yang diteliti mempunyai nilai *cronbach alpha* > 0,60 maka dikatakan reliabel, namun sebaliknya *cronbach alpha* < 0,60 maka variabel tersebut dikatakan tidak reliabel.⁵⁵

F. Analisis Data

1. Uji Asumsi Dasar

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah residual yang diteliti berdistribusi normal ataupun tidak. Metode yang digunakan buat menguji normalitas yaitu menggunakan uji *kolmogorov-Smirnov*. Uji normalitas dilakukan dengan melihat taraf signifikan 10% atau 0,1. Sehingga ketentuan uji normalitas yaitu:

- 1) Jika nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* > 0,1 maka dapat dinyatakan bahwa data berdistribusi normal.

⁵⁴Morissan, dkk, *Metode Penelitian Survei* (Jakarta: Kencana, 2012), hlm. 99.

⁵⁵Nur Asnawi & Mahsyuhi, *Metode riset Manajemen Pemasaran* (Malang: UIN Maliki Press, 2011), hlm. 171.

2) Jika nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* $< 0,1$ maka dapat dinyatakan bahwa data tidak berdistribusi normal.⁵⁶

b. Uji Linearitas

Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui model yang dibuktikan yaitu model linear atau tidak. Data yang baik sepatutnya terdapat hubungan yang linear antara variabel bebas dengan variabel terikat. Adapun dasar pengambilan keputusan yaitu:⁵⁷

1) Jika nilai signifikan (*linearity*) $< 0,1$ maka mempunyai hubungan yang linear.

2) Jika nilai signifikan (*linearity*) $> 0,1$ maka tidak mempunyai hubungan yang linear.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk melihat apakah asumsi yang diperlukan dalam analisis regresi linear berganda terpenuhi. Adapun uji asumsi klasik pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen.⁵⁸ Salah satu cara untuk mengetahui hal ini dengan melihat nilai *tolerance* dan VIF, apabila nilai *tolerance* $> 0,1$ dan

⁵⁶R. Gunawan Sudarmanto, *Statistik Terapan Berbasis Komputer Dengan Program Ibm Spss Statistic 19* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013), hlm. 130.

⁵⁷Priyatno Duwi, *SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis* (Yogyakarta: Andi Offset, 2014), hlm. 79.

⁵⁸Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, hlm. 177.

VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas pada penelitian tersebut begitu juga sebaliknya.⁵⁹

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual atau pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain tetap disebut homoskededastisitas.⁶⁰ Dalam penelitian ini yang digunakan adalah uji koefisien *spearman's rho* ialah mengkorelasikan variabel independen dengan residual. Adapun kriteria pengambilan keputusan heteroskedastisitas ialah sebagai berikut:

- 1) Jika korelasi antara variabel *independent* dengan residual memiliki signifikansi > 0,1 artinya data tidak terjadi heteroskedastisitas
- 2) jika korelasi antara variabel independen dengan residual memiliki signifikansi < 0,1 artinya data terjadi heteroskedastisitas.⁶¹

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk meramalkan kondisi (naik turunnya) variabel dependen, bila dua ataupun lebih variabel independen sebagai aspek prediktor dimanipulasi (dinaik

⁵⁹ Priyatno Duwi, *SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis* (Yogyakarta: Andi Offset, 2014), hlm. 103.

⁶⁰ Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, hlm. 179.

⁶¹ Priyatno Duwi, *SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis* (Yogyakarta: Andi Offset, 2014), hlm. 113.

turunkan nilainya).⁶² Persamaan regresi pada penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen yaitu: kualitas pelayanan (X_1), kepuasan nasabah (X_2) dan citra perusahaan (X_3). Sedangkan variabel dependen adalah loyalitas nasabah (Y). Adapun bentuk persamaan regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:⁶³

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Sehingga rumus dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$LN = a + b_1KP + b_2KN + b_3CP + e$$

Keterangan:

LN	= Loyalitas Nasabah
KP	= Kualitas Pelayanan
KN	= Kepuasan Nasabah
CP	= Citra Perusahaan
a	= Koefisien Konstanta
$b_1 b_2 b_3$	= Koefisien Regresi Linear Berganda
e	= Error (Tingkat Kesalahan)

4. Uji Hipotesis

1. Uji t (Uji Parsial)

Pengujian ini dilakukan secara parsial atau individu dengan menggunakan uji- t statistik untuk masing- masing variabel bebas dengan tingkat kepercayaan tertentu. pengujian ini digunakan untuk meyakinkan signifikan ataupun tidaknya pengaruh variabel bebas

⁶²Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, hlm. 277.

⁶³Nur Asnawi & Mahsyuri, *Metode riset Manajemen Pemasaran*, hlm. 181.

terhadap tak bebas secara individual (parsial).⁶⁴ Maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H_{a1}: Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan.

H₀₁: Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan.

H_{a2}: Terdapat pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan.

H₀₂: Tidak terdapat pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan.

H_{a3}: Terdapat pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan.

H₀₃: Tidak terdapat pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan.

⁶⁴Nur Asnawi & Mahsyuhi, hlm. 182.

Adapun kriteria dalam uji t (Uji Parsial) yaitu:⁶⁵

- a) Jika $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$, atau signifikansi $> 0,1$ maka H_0 diterima dan H_a di tolak.
- b) Jika $-t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$, atau signifikansi $< 0,1$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

2. Uji F (Uji Simultan)

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini juga dilakukan dengan uji parameter b (Uji Korelasi) memakai uji statistik F. Uji F digunakan buat menguji pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat.⁶⁶ Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H_{a4} : Terdapat pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan citra perusahaan secara simultan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan.

H_{o4} : Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan citra perusahaan secara simultan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan.

Adapun kriteria dalam uji statistik F adalah:⁶⁷

- a) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, atau signifikansi $< 0,1$ maka H_0 ditolak dan H_a di terima.

⁶⁵Priyatno Duwi, *SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis*, hlm.161.

⁶⁶Nur Asnawi & Mahsyuhi, *Metode riset Manajemen Pemasaran*, hlm.182.

⁶⁷Priyatno Duwi, *SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis*, hlm. 158.

- b) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, signifikansi $> 0,1$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

3. Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinan (R^2) digunakan untuk mengetahui sampai sejauh mana ketepatan atau kecocokan garis regresi yang terbentuk dalam mewakili kelompok data. Koefisien determinan (R^2) menggambarkan bagian dari variasi total yang dapat diterangkan oleh model.⁶⁸ Pengambilan keputusan koefisien determinasi yaitu: apabila semakin besar nilai R^2 (mendekati 1), maka ketepatannya dikatakan semakin baik. Apabila nilai $0 \leq R^2 \leq$ bisa diartikan sebagai berikut:⁶⁹

- a) $R^2 = 0$, berarti tidak ada hubungan antara X dan Y, atau model regresi yang terbentuk tidak tepat untuk meramalkan Y.
- b) $R^2 = 1$, berarti ada hubungan antara X dan Y, atau model regresi yang terbentuk dapat meramalkan Y secara sempurna.

⁶⁸Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, hlm. 351.

⁶⁹Setiawan & Dwi Endah Kusrini, *Ekonometrika* (Yogyakarta: Andi Offset, 2014), hlm.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan

1. Sejarah Singkat PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan

Pada abad XVII VOC mendirikan sebuah lembaga lain diluar namanya VOC yaitu lembaga bank Van Leaning yang memberikan kredit dengan sistem gadai. Pada tahun 1811 pemerintah mengambil alih dan membubarkan dan Bank Van Leaning di bawah kekuasaan Belanda dan dipimpin oleh Gubernur Jendral Daendeis yang mengeluarkan peraturan yang tegas mengenai barang-barang yang digadaikan antara lain emas, perak, kain, sebagian kecil perabotan rumah tangga.

Pada tahun 1900 pemerintah membentuk lembaga penelitian yang dipimpin oleh De Wolf Van Westerode dan meliputi penelitian ini dapat memberikan manfaat kepada masyarakat kecil dan menjadi suatu cara untuk mengutang rentenir. Pada tanggal 1 April 1901 didirikan Pegadaian Negara Pertama di Sukabumi (Jawa Barat). Dengan demikian tahun 1905 Pegadaian berbentuk lembaga resmi JAWATAN.

Pemerintah mengeluarkan suatu kebijakan yang membentuk peraturan pemerintah pengganti Undang-undang No. 9 Tahun 1960 sekitar tahun 1960 yang intinya bahwa semua perusahaan yang modalnya berasal dari pemerintah harus dijadikan perusahaan negara, maka untuk

mendukung hal tersebut pemerintah mengeluarkan DP RI Tahun 1961 No. 178 tanggal 3 Mei 1961 Pegadaian menjadi Perusahaan Negara (PN). Pemerintah kembali membuat kebijakan baru yaitu merubah Perusahaan Negara (PN) menjadi Perusahaan Jawatan (PERJAN) dengan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 7 1969.

Dengan adanya perubahan pegadaian semakin cepat bertumbuh menjadi perusahaan yang besar maka dipopulerkan keleluasaan bagi pengelola dalam mengembangkan usahanya dan akhirnya pemerintah meningkatkan status pegadaian menjadi Perusahaan Umum (PERUM) berdasarkan dengan peraturan pemerintah No. 10 Tanggal 10 April 1990 yang diperbaharui dengan peraturan pemerintah No. 103 Tahun 2000.

Berdasarkan peraturan pemerintah No. 51 tahun 2011 bentuk badan hukum berubah status dari Perusahaan Umum (PERUM) menjadi Perseroan Terbatas (PERSERO) pada tanggal 1 April 2012.⁷⁰ Perubahan tersebut tidak sekedar perubahan struktur modal namun mempengaruhi mekanisme pengelolaan perusahaan.

Latar belakang didirikannya pegadaian syariah yaitu untuk mencegah ijon, rentenir, dan pinjaman yang tidak wajar lainnya. Untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat kecil dan untuk mendukung program pemerintah dibidang ekonomi dan pembangunan nasional.

Pegadaian syariah pertama kali berdiri di Jakarta dengan nama Unit Layanan Gadai Syariah (ULGS) Cabang Dewi Sartika pada bulan Januari

⁷⁰www.pegadaian.co.id diakses pada tanggal 15 Oktober 2021 Pukul 09:10.

2003, kemudian menyusul ULGS lainnya dikota lain.⁷¹ Hingga pada saat tanggal 15 November 2005 PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak diresmikan. Kantor pegadaian syariah terletak di jalan sitombol dibelakang alaman bolak dengan nama cabang pegadaian syariah (CPS) Alaman Bolak, dan kemudian pindah pada tahun 2012 ke JL. Serma Lian Kosong/ex. Sudirman No. 28E kode pos 22718 Padangsidempuan, Sumatera Utara.

2. Visi dan Misi PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan

Adapun Visi dan Misi Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan adalah sebagai berikut:

a. Visi PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan

Menjadi *The Most Valuable Financial Company* di Indonesia dan sebagai agen inklusi keuangan pilihan utama masyarakat.

b. Misi PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan

- 1) Memberikan manfaat dan keuntungan optimal bagi seluruh pemangku kepentingan dengan mengembangkan bisnis inti.
- 2) Membangun bisnis yang lebih beragam dengan mengembangkan bisnis baru untuk menambah proposisi nilai ke nasabah dan pemangku kepentingan.

⁷¹Ahmad Rodoni, *Ansuransi dan Pegadaian Syariah* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015), hlm. 65.

3) Memberikan *service excellence* dengan fokus nasabah melalui:

- a) Bisnis proses yang lebih sederhana dan digital.
- b) Teknologi informasi yang handal dan mutakhir.
- c) Praktek manajemen risiko yang kokoh.
- d) SDM yang profesional berbudaya kinerja baik.⁷²

3. Produk- Produk PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan

Adapun Produk- Produk PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan adalah sebagai berikut:

a. Gadai Emas Syariah (*Rahn*)

Gadai emas syariah adalah (*Rahn*) adalah pemberian pinjaman secara syariah dengan sistem gadai yang diberikan keseluruh golongan nasabah untuk kebutuhan konsumtif maupun produktif dengan jaminan emas perhiasan, emas batangan dan berlian yang terikat emas.⁷³

b. Tabungan Emas

Tabungan emas adalah layanan jual beli emas dengan fasilitas titipan dengan harga terjangkau. Layanan ini memberikan fasilitas kepada masyarakat untuk berinvestasi emas.

c. Mulia (Investasi Emas Batangan)

Mulia adalah layanan penjualan emas batangan kepada masyarakat secara tunai atau angsuran dengan proses mudah. Mulia merupakan penjualan logam mulia tunai maupun angsuran baik perorangan

⁷² www.pegadaian.co.id diakses pada tanggal 15 Oktober 2021 pukul 11:00.

⁷³ www.pegadaian.co.id diakses pada tanggal 15 Oktober 2021 pukul 11:45.

maupun arisan dengan pilihan berat mulai dari 0,5 gram s/d 1000 gram dengan proses cepat dalam jangka waktu yang fleksibel. Mulia dapat menjadi alternatif pilihan investasi yang aman untuk mewujudkan berbagai kebutuhan.

d. Amanah

Pembiayaan amanah dari pegadaian syariah adalah pembiayaan berprinsip syariah karyawan tetap maupun pengusaha mikro untuk memilih motor atau mobil dengan cara angsuran.

e. Arrum Haji

Melaksanakan ibadah haji merupakan kewajiban setiap umat Islam yang mampu. Pegadaian syariah ingin membantu mewujudkan impian untuk pergi ke Tanah Suci. Ar-rum haji merupakan produk pegadaian syariah yang memungkinkan untuk bisa mendapatkan porsi haji dengan jaminan emas.

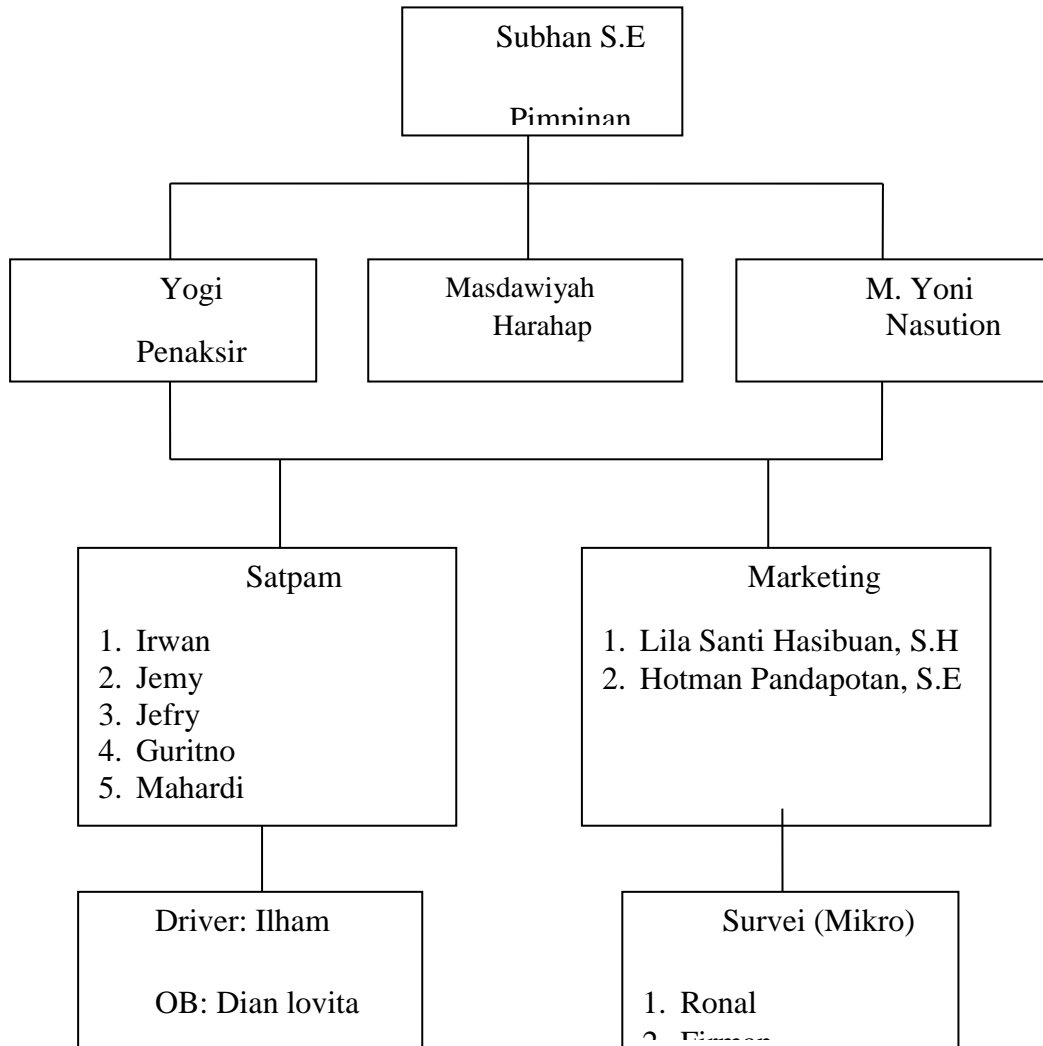
f. Arrum BPKB

Pembiayaan Ar- rum (*Ar-Rahn Untuk Biaya Mikro*) merupakan produk pegadaian syariah yang memudahkan para pengusaha kecil untuk mendapatkan modal dengan jaminan kendaraan.⁷⁴

⁷⁴Pegadaian Syariah Digital, diakses pada tanggal 15 Oktober 2021, Pukul 16:00.

**4. Struktur Organisasi PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak
Padangsidempuan**

**Gambar IV.I
Struktur Organisasi**



B. Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk melihat apakah data yang ada valid atau tidak. Untuk pengujian validitas digunakan 100 responden dengan 8 butir pernyataan untuk variabel loyalitas nasabah, 10 butir pernyataan untuk variabel kualitas pelayanan, 6 butir pernyataan untuk variabel kepuasan nasabah, 8 butir pernyataan untuk variabel citra perusahaan. Dimana r_{tabel} dengan jumlah sampel 100 dan $df = n - 2$ ($100 - 2$) adalah 0,1654. Sedangkan r_{hitung} dapat dilihat pada kolom *pearson correlation* (r_{hitung}). Adapun hasil uji validitas adalah sebagai berikut:

Tabel IV.1
Hasil Uji Validitas Loyalitas Nasabah (Y)

No.	Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	Item 1	0,446	Instrumen valid, jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $df = n - 2 = 100 - 2 = 98$ pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,1654$	Valid
2	Item 2	0,626		Valid
3	Item 3	0,534		Valid
4	Item 4	0,639		Valid
5	Item 5	0,571		Valid
6	Item 6	0,619		Valid
7	Item 7	0,587		Valid
8	Item 8	0,612		Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2021

Berdasarkan tabel IV.1 diperoleh seluruh item pertanyaan untuk variabel loyalitas nasabah dinyatakan valid. Dimana $r_{hitung} > r_{tabel}$ sehingga item pernyataan 1-8 dinyatakan valid. Berdasarkan $r_{hitung} > r_{tabel}$ dimana r_{tabel} adalah 0,1654. Sedangkan uji validitas untuk variabel kualitas pelayanan adalah sebagai berikut:

Tabel IV.2
Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X₁)

No.	Item Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
1	Item 1	0,736	Instrumen valid, jika r _{hitung} > r _{tabel} dengan df= n-2= 100-2= 98 pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh r _{tabel} = 0,1654	Valid
2	Item 2	0,792		Valid
3	Item 3	0,693		Valid
4	Item 4	0,661		Valid
5	Item 5	0,795		Valid
6	Item 6	0,836		Valid
7	Item 7	0,690		Valid
8	Item 8	0,676		Valid
9	Item 9	0,738		Valid
10	Item 10	0,766		Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2021

Berdasarkan tabel IV.2 diperoleh seluruh item pertanyaan untuk variabel kualitas pelayanan dinyatakan valid. Dimana r_{hitung} > r_{tabel} sehingga item pernyataan 1 -10 dinyatakan valid. Berdasarkan r_{hitung} > r_{tabel} dimana r_{tabel} adalah 0,1654. Sedangkan uji validitas untuk variabel kepuasan nasabah adalah sebagai berikut:

Tabel IV.3
Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah (X₂)

No.	Item Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
1	Item 1	0,601	Instrumen valid, jika r _{hitung} > r _{tabel} dengan df= n-2= 100-2= 98 pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh r _{tabel} = 0,1654	Valid
2	Item 2	0,615		Valid
3	Item 3	0,724		Valid
4	Item 4	0,668		Valid
5	Item 5	0,774		Valid
6	Item 6	0,708		Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2021

Berdasarkan tabel IV.3 diperoleh seluruh item pertanyaan untuk variabel kepuasan nasabah dinyatakan valid. Dimana r_{hitung} > r_{tabel} sehingga item pernyataan 1-6 dinyatakan valid. Berdasarkan r_{hitung} > r_{tabel} dimana

r_{tabel} adalah 0,1654. Sedangkan uji validitas untuk variabel citra perusahaan adalah sebagai berikut:

Tabel IV.4
Hasil Uji Validitas Citra Perusahaan (X₃)

No	Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	Item 1	0,466	Instrumen valid, jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ dengan $df = n - 2 = 100 - 2 = 98$ pada taraf signifikan 10% sehingga diperoleh $r_{\text{tabel}} = 0,1654$	Valid
2	Item 2	0,686		Valid
3	Item 3	0,725		Valid
4	Item 4	0,556		Valid
5	Item 5	0,700		Valid
6	Item 6	0,752		Valid
7	Item 7	0,726		Valid
8	Item 8	0,519		Valid

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2021

Berdasarkan tabel IV.4 diperoleh seluruh item pertanyaan untuk variabel kepuasan nasabah dinyatakan valid. Dimana $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ sehingga item pernyataan 1-8 dinyatakan valid. Berdasarkan $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ dimana r_{tabel} adalah 0,1654.

2. Hasil Uji Reliabilitas

Adapun yang akan diuji pada uji reliabilitas yaitu variabel loyalitas nasabah, kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan citra perusahaan. Jika nilai *cronbach's alpha* $> 0,60$ maka pernyataan- pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah reliabel. Berikut ini hasil uji reliabilitas dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.5
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
Loyalitas Nasabah	0,713	8
Kualitas Pelayanan	0,908	10
Kepuasan Nasabah	0,776	6
Citra Perusahaan	0,799	8

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

Berdasarkan hasil tabel IV.5 di atas menunjukkan bahwa *cronbach's alpha* untuk variabel loyalitas nasabah yaitu $0,713 > 0,60$, variabel kualitas pelayanan yaitu $0,908 > 0,60$, variabel kepuasan nasabah yaitu $0,776 > 0,60$, dan citra perusahaan $0,799 > 0,60$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada pernyataan variabel loyalitas nasabah (Y), kualitas pelayanan (X_1), kepuasan nasabah (X_2), dan citra perusahaan (X_3) adalah reliabilitas.

C. Hasil Analisis Data

Seluruh angket kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan citra perusahaan dan angket loyalitas nasabah dinyatakan valid dan reliabel, sehingga langkah selanjutnya data akan di analisis sebagai berikut:

1. Hasil Uji Asumsi Dasar

a. Hasil Uji Normalitas

Hasil uji normalitas yang telah diolah dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel IV.6
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,25218204
Most Extreme Differences	absolute	,069
	positive	,052
	negative	-,069
Asymptotic Significance (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Sumber : Hasil Pengolahan Data, 2021

Berdasarkan tabel IV.6 di atas, dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,200. Nilai signifikan lebih besar dari ($0,200 >$

0,10). Maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual tersebut berdistribusi normal.

b. Hasil Uji Linearitas

Hasil uji linearitas yang telah diolah dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel IV.7
Hasil Uji Linearitas Loyalitas Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan

ANOVA Table			Sum of Squares	df	Mean Square	F	sig.
Loyalitas Nasabah * Kualitas Pelayanan	Between Groups	Combined	188,076	17	11,063	1,895	,030
		Linearity	92,336	1	92,336	15,818	,000
		Deviation from Linearity	95,740	16	5,984	1,025	,440
	Within Groups		478,674	82	5,837		
	Total		666,750	99			

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

Berdasarkan tabel IV.7 di atas, dapat disimpulkan bahwa nilai signifikan pada *linearity* sebesar 0,000. *Linearity* kurang dari 0,1. Nilai signifikan pada *deviation from linearity* sebesar 0,440 > 0,1. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan dengan loyalitas nasabah terdapat hubungan linear. Untuk uji linearitas variabel kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel IV.8
Hasil Uji Linearitas Loyalitas Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	sig.
Loyalitas Nasabah * Kepuasan Nasabah	Between Groups	Combined)	87,405	7	12,486	1,983	,066
		Linearity	37,652	1	37,652	5,979	,016
		Deviation from Linearity	49,753	6	8,292	1,317	,258
	Within Groups		579,345	92	6,297		
	Total		666,750	99			

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

Berdasarkan tabel IV.8 di atas, dapat disimpulkan bahwa nilai signifikan pada *linearity* sebesar 0,016. *Linearity* kurang dari 0,1. Nilai signifikan pada *deviation from linearity* sebesar $0,258 > 0,1$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan nasabah dengan loyalitas nasabah terdapat hubungan linear. Untuk uji linearitas variabel citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel IV.9
Hasil Uji Linearitas Loyalitas Nasabah Terhadap Citra Perusahaan

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	sig.
Loyalitas Nasabah * Citra Perusahaan	Between Groups	Combined)	118,266	9	13,141	2,156	,033
		Linearity	77,225	1	77,225	12,672	,001
		Deviation from Linearity	41,041	8	5,130	,842	,568
	Within Groups		548,484	90	6,094		
	Total		666,750	99			

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

Berdasarkan tabel IV.9 di atas, dapat disimpulkan bahwa nilai signifikan pada *linearity* sebesar 0,001. *Linearity* $> 0,1$. Nilai signifikan

pada *deviation from linearity* sebesar $0,568 > 0,1$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan nasabah dengan loyalitas nasabah terdapat hubungan linear.

2. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas dapat dijelaskan dalam tabel berikut ini:

Tabel IV.10
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	(Constant)	13,073	4,369		2,992	,004		
	Loyalitas Pelayanan	,200	,053	,356	3,742	,000	,866	1,155
	Kepuasan Nasabah	,312	,125	,237	2,491	,014	,864	1,157
	Citra Perusahaan	,166	,096	,170	1,728	,087	,809	1,236

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

Berdasarkan tabel IV.10 diatas dapat diketahui nilai *tolerance* dari variabel kualitas pelayanan sebesar $0,866 > 0,1$. Nilai *tolerance* dari kepuasan nasabah sebesar $0,864 > 0,1$ dan nilai *tolerance* dari citra perusahaan sebesar $0,809 > 0,1$. Sementara nilai VIF dari kualitas pelayanan sebesar $1,155 < 10$. Nilai VIF dari variabel kepuasan nasabah sebesar $1,157 < 10$ dan nilai VIF dari citra perusahaan sebesar $1,236 < 10$. Hal ini menunjukkan bahwa antara variabel kualitas

pelayanan, kepuasan nasabah, dan citra perusahaan tidak terjadi multikolinearitas.

b. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji multikolinearitas dapat dijelaskan dalam tabel berikut ini:

Tabel IV.11
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Correlations						
			ualitasPela ayanan	epuasan Nasaba h	Citra Perusah aan	standardi zed Residual
earma n's rho	alitas ayanan	relation Coefficient	1,000	-,086	,310**	-,038
		. (2-tailed)	.	,395	,002	,709
			100	100	100	100
	puasanNas abah	relation Coefficient	-,086	1,000	,224*	,113
		. (2-tailed)	,395	.	,025	,264
			100	100	100	100
	ra Perusahaa n	relation Coefficient	,310**	,224*	1,000	,111
		. (2-tailed)	,002	,025	.	,273
			100	100	100	100
	standardiz ed Residual	relation Coefficient	-,038	,113	,111	1,000
		. (2-tailed)	,709	,264	,273	.
			100	100	100	100

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

Berdasarkan pada tabel IV.11 bahwa nilai sig (2- tailed) kualitas pelayanan sebesar $0,709 > 0,1$. Nilai sig (2- tailed) kepuasan nasabah sebesar $0,264 > 0,1$. Nilai sig (2- tailed) citra perusahaan sebesar $0,273 > 0,1$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan,

kepuasan nasabah, dan citra perusahaan tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Penelitian ini yang menjadi variabel terikatnya adalah loyalitas nasabah (Y), sedangkan variabel bebasnya adalah kualitas pelayanan (X_1), kepuasan nasabah (X_2), dan citra perusahaan (X_3). Berikut adalah hasil dari analisis regresi linear berganda.

Tabel IV.12
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	13,073	4,369		2,992	,004
	Kualitas Pelayanan	,200	,053	,356	3,742	,000
	Kepuasan Nasabah	,312	,125	,237	2,491	,014
	Citra Perusahaan	,166	,096	,170	1,728	,087

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

Hasil uji regresi linear berganda pada Tabel IV.12, maka persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

$$LN = 13,073 + 0,200 KP + 0,312 KN + 0,166 CP$$

Penjelasan persamaan diatas sebagai berikut:

- 1) Konstanta (a) sebesar 13,073, artinya jika variabel kualitas pelayanan (X_1), kepuasan nasabah (X_2), dan citra perusahaan (X_3) dianggap

konstan atau 0 maka loyalitas nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan sebesar 13,073 satuan.

- 2) Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan 0,200 artinya jika variabel kualitas pelayanan meningkat 1 satuan dan variabel yang lain dianggap konstan atau 0 maka loyalitas nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan meningkat 0,200 satuan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara kualitas pelayanan dan loyalitas nasabah.
- 3) Nilai koefisien regresi variabel kepuasan nasabah 0,312 artinya jika variabel kepuasan nasabah meningkat 1 satuan dan variabel yang lain dianggap konstan atau 0 maka loyalitas nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan meningkat 0,312 satuan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah.
- 4) Nilai koefisien regresi variabel citra perusahaan 0,166 artinya jika variabel citra perusahaan meningkat 1 satuan dan variabel yang lain dianggap konstan atau 0 maka loyalitas nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan meningkat 0,166 satuan. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara citra perusahaan dan loyalitas nasabah.

4. Hasil Uji hipotesis

a. Hasil Uji t (Uji Parsial)

Penentuan tabel distribusi t dicari menggunakan tingkat signifikansi 0,1 dengan $df = n-k-1 = 100-3-1 = 96$ (n adalah jumlah sampel dan k adalah variabel independen). Hasil diperoleh t_{tabel} sebesar 1,661. Hasil analisis regresi ditunjukkan pada tabel sebagai berikut:

Tabel IV.13
Hasil Uji t (Uji Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	13,073	4,369		2,992	,004
	Kualitas Pelayanan	,200	,053	,356	3,742	,000
	Kepuasan Nasabah	,312	,125	,237	2,491	,014
	Gaya Perusahaan	,166	,096	,170	1,728	,087

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

Berdasarkan tabel IV.13 maka dapat dilihat bahwa nilai t_{hitung} untuk variabel kualitas pelayanan yaitu 3,742. Jadi $t_{hitung} > t_{tabel}$ (3,742 > 1,661), hal ini menunjukkan H_{a1} diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan.

Nilai t_{hitung} untuk variabel kepuasan nasabah yaitu 2,491. Jadi $t_{hitung} > t_{tabel}$ (2,491 > 1,661, hal ini menunjukkan H_{a2} diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kepuasan nasabah

terhadap loyalitas nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan.

Nilai t_{hitung} untuk variabel citra perusahaan yaitu 1,728. Jadi $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,728 > 1,661$), hal ini menunjukkan H_{a3} diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan.

b. Hasil Uji F (Uji Simultan)

Penentuan tabel distribusi F dicari menggunakan tingkat signifikansi 10%, df_1 jumlah variabel-1 = $4-1=3$, $df_2 = n-k-1 = 100-3-1 = 96$ (n adalah jumlah sampel dan k adalah variabel independen). Hasil diperoleh F_{tabel} sebesar 2,14. Hasil analisis regresi ditunjukkan sebagai berikut:

Tabel IV.14
Hasil Uji F (Uji Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	Regression	164,590	3	54,863	10,488	,000 ^b
	Residual	502,160	96	5,231		
	Total	666,750	99			

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

Berdasarkan pada tabel IV.14 dapat disimpulkan bahwa F_{hitung} (10,488) $> F_{tabel}$ (2,14). Hal ini menunjukkan H_{a4} positif dan signifikan. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan citra perusahaan secara simultan

terhadap loyalitas nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan.

c. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dapat digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan atau kontribusi dari seluruh variabel independen (X) terhadap variabel dependent (Y), sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel bebas yang tidak dimasukkan ke dalam model. Adapun hasil dari koefisien determinan sebagai berikut:

Tabel IV.15
Hasil Uji Koefisien Determinan (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
	,497 ^a	,247	,223	2,287

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2021

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R^2) pada tabel IV.15 di atas diperoleh nilai R sebesar 0.497. Maka koefisien korelasi yang ditemukan termasuk pada kategori sedang. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,223 artinya 22,3%. Hal ini menjelaskan bahwa kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan citra perusahaan memberikan kontribusi sebesar 22,3% terhadap loyalitas nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan, sedangkan sisanya 77,7% dipengaruhi oleh variabel independen lain yang dipengaruhi oleh loyalitas nasabah.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini berjudul determinan loyalitas nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan. Dari hasil analisis data yang dilakukan pada penelitian ini dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 26 diketahui bahwa:

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan.

Pada variabel kualitas pelayanan memiliki t_{hitung} sebesar 3,742, t_{tabel} 1,661. Sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau ($3,742 > 1,661$), dan signifikansi $< 0,1$ ($0,000 < 0,1$) maka H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak, artinya terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan. Dalam hal ini kualitas pelayanan pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan memiliki kualitas pelayanan yang baik sehingga para nasabah merasa nyaman.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu yang harus dilakukan dengan baik. Karena dengan kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan retensi pelanggan dan keinginan pelanggan. Semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan yang diberikan maka tingkat kepuasan nasabah yang dihasilkan akan semakin memicu meningkatnya harga sehingga meminimalisir pengeluaran.

Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mencerminkan kecenderungan nasabah menjadi nasabah yang loyal. Apabila pelayanan

yang diterima atau dirasakan sesuai harapan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan.⁷⁵ Kualitas pelayanan menjadi sangat penting bagi perusahaan karena mampu mempertahankan keberlangsungan perusahaan. Kualitas pelayanan merupakan sebagai suatu konsep yang secara tepat mewakili inti dari kinerja suatu pelayanan yaitu perbandingan terhadap kehandalan.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Yudi Dwi Angkoso menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Selain itu, penelitian latifah Usla Batubara menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Kesimpulannya, variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan. Hasil penelitian ini dapat memberikan informasi bahwa kualitas pelayanan perlu untuk diperhatikan dalam suatu perusahaan karena semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin nyaman suatu nasabah untuk bertransaksi.

2. Pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan.

Pada variabel kepuasan nasabah memiliki t_{hitung} sebesar 2,491, t_{tabel} 1,661. Sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $(2,491 > 1,661)$, dan signifikan $< 0,1$ ($0,014 < 0,1$) maka H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak, artinya terdapat

⁷⁵Nasib dkk, *Konsep Kualitas Pelayanan, Harga, dan Citra Kampus Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa* (Surabaya: CV. Global Aksara Pres, 2021), hlm. 4.

pengaruh kepuasan nasabah terhadap pada loyalitas nasabah PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan.

Kepuasan nasabah merupakan respon nasabah terhadap evaluasi yang dirasakannya terhadap apa yang diberikan suatu karyawan perusahaan. Kepuasan nasabah merupakan kunci dalam menciptakan loyalitas nasabah. Dalam hal ini dalam jangka panjang, kepuasan nasabah akan berdampak pada terbentuknya loyalitas nasabah. ketika nasabah akan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan suatu perusahaan maka nasabah akan cenderung untuk kembali mengunjungi jasa tersebut.

Jika suatu perusahaan mampu memberikan kepuasan kepada nasabah, maka banyak manfaat yang diterima perusahaan dengan tercapainya kepuasan nasabah yang tinggi. Untuk menciptakan kepuasan nasabah , perusahaan harus menciptakan dan mengola suatu sistem untuk memperoleh nasabah yang lebih banyak dan kemampuan untuk mempertahankan nasabahnya.⁷⁶ Sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap kepuasan yang diperoleh nasabah sangat berpengaruh dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Ria Octavia menyatakan bahwa kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Selain itu, penelitian Siti Rabiula

⁷⁶Kurniati Karim, *Aspek Kepuasan Nasabah Berdasarkan Kualitas Jasa Perbankan* (Surabaya: CV. Jakad Media Publishing, 2020), hlm. 33.

menyatakan bahwa kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Kesimpulannya, variabel kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan. Hasil penelitian ini dapat memberikan informasi bahwa kepuasan nasabah perlu diperhatikan dalam suatu perusahaan karena mampu mempertahankan kelangsungan perusahaan. Semakin banyak nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan maka semakin banyak nasabah bertahan dalam suatu perusahaan tersebut.

3. Pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan.

Pada variabel citra perusahaan memiliki t_{hitung} sebesar 1,728, t_{tabel} 1,661. Sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $1,728 > 1,661$, dan signifikan $< 0,1$ ($0,087 < 0,1$) maka H_{a3} diterima dan H_{03} ditolak, artinya citra perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan.

Citra perusahaan merupakan pendapat nasabah dari suatu gambaran perusahaan dimana para nasabah yang terbentuk berdasarkan pengetahuan dan pengalaman suatu nasabah terhadap perusahaan. Citra perusahaan merupakan salah satu aset terpenting yang selayaknya harus terus menerus dibangun dan dipelihara.⁷⁷ Citra perusahaan yang baik

⁷⁷M. Fikri Akbar, dkk, *Public Relations* (Bangunijiwo: Ikatan Guru Indonesia, 2021), hlm. 105-106.

sangat penting bagi kelangsungan perusahaan, karena dapat mempengaruhi seluruh elemen yang ada didalam perusahaan tersebut.

Hasil penelitian ini didukung penelitian Roy Parto Purba menyatakan bahwa citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. selain itu penelitian Dewi Setyowati menyatakan bahwa citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Kesimpulannya, variabel citra perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan. Hasil penelitian ini dapat memberikan informasi bahwa citra perusahaan sangat perlu diperhatikan bagi suatu perusahaan karena mampu memengaruhi seluruh yang ada dalam suatu perusahaan tersebut.

4. Pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan.

Secara simultan variabel kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan citra perusahaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan $f_{hitung} (10,488) > f_{tabel} (2,14)$ dan signifikansi $< 0,1$ ($0,000 < 0,1$) sehingga H_{a4} diterima dan H_{04} ditolak. Artinya terdapat pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan citra perusahaan secara simultan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan.

Loyalitas nasabah merupakan bentuk kesetiaan seseorang serta perilaku seseorang untuk mau dan bersedia merekomendasikan apa yang ia rasakan kepada orang lain. Loyalitas nasabah sangat penting bagi suatu perusahaan karena loyalitas nasabah dapat meningkatkan keuntungan dan mempertahankan berlangsungnya transaksi suatu perusahaan. Loyalitas nasabah merupakan kesetiaan tidak terbentuk dalam waktu singkat. Tetapi melalui proses belajar dan berdasarkan hasil pengalaman dari nasabah itu sendiri serta pembelian konsisten sepanjang waktu. Apabila yang didapat sudah sesuai dengan harapan, maka proses pembelian ini terus berulang.⁷⁸ Hal ini menunjukkan timbulnya nasabah yang loyal.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Ahmad Fadhli Edar menyatakan bahwa kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Selain itu, penelitian Puteri Herlanies Susanto, dan Iwan Kurniawan Subagja menyatakan bahwa kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan citra perusahaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Kesimpulannya, variabel kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan citra perusahaan berpengaruh loyalitas nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan. Hasil penelitian ini dapat memberikan informasi bahwa kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan citra perusahaan sangat perlu diperhatikan karena semakin

⁷⁸Ujang Sumarwan, Riset Pemasaran dan Konsumen (Bogor: IPB Press, 2019), hlm. 232.

baik kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan citra perusahaan yang diberikan kepada nasabah, maka semakin banyak nasabah menjadi nasabah loyal dalam perusahaan tersebut.

E. Keterbatasan Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan dengan langkah- langkah yang disusun sedemikian rupa agar hasil yang diperoleh sebaik mungkin. Namun dalam prosesnya, untuk mendapatkan hasil yang sempurna sangatlah sulit, sebab dalam pelaksanaanya penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan. Diantara keterbatasan yang dihadapi peneliti selama melaksanakan penelitian dan penyusunan skripsi ini, yaitu:

1. Keterbatasan penelitian ini hanya membahas variabel kualitas pelayanan (X_1), kepuasan nasabah (X_2), citra perusahaan (X_3), dan loyalitas nasabah (Y).
2. Keterbatasan tempat penelitian, yang dimana peneliti hanya bisa meneliti di PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan.
3. Dalam menyebarkan kuesioner ada saja responden yang menolak untuk mengisi kuesioner dikarenakan rasa takut dan kurangnya kepercayaan akan data yang akan disalahgunakan.
4. Peneliti tidak mampu mengontrol semua responden, apakah responden memang serius atau tidak dalam menjawab kuesioner.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil analisis data dan pembahasan mengenai determinan loyalitas nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan dengan metode analisis yang digunakan yaitu regresi linear berganda, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel kualitas pelayanan memiliki t_{hitung} sebesar 3,742, t_{tabel} 1,661. Sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,742 > 1,661$), dan signifikansi $< 0,1$ ($0,000 < 0,1$) maka H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan.
2. Variabel kepuasan nasabah memiliki t_{hitung} sebesar 2,491, t_{tabel} 1,661. Sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,491 > 1,661$), dan signifikansi $< 0,1$ ($0,014 < 0,1$) maka H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan.
3. Variabel citra perusahaan memiliki t_{hitung} sebesar 1,728, t_{tabel} 1,661. Sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,728 > 1,661$), dan signifikansi $< 0,1$ ($0,087 < 0,1$) maka H_{a3} diterima dan H_{03} ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas nasabah PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan.

4. Secara simultan variabel kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan citra perusahaan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan $F_{hitung} (10,488) > F_{tabel} (2,14)$ dan signifikansi $< 0,1$ ($0,000 < 0,1$) sehingga H_{a4} diterima dan H_{04} ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan citra perusahaan secara simultan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan saran- saran sebagai berikut:

1. Bagi pihak PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan agar dapat meningkatkan kinerja pelayanan. Hal itu bisa dilakukan dengan memperbaiki fasilitas dan sarana pendukung pelayanan yang ada di pegadaian, meningkatkan kinerja pegawai pegadaian yang profesional, pelayanan kepada nasabah secara tepat waktu, mampu memenuhi kebutuhan nasabah, dan memperhatikan kualitas jasa yang diberikan kepada nasabah sehingga mampu membuat nasabah menjadi loyal.
2. Bagi peneliti selanjutnya masih ada beberapa faktor yang diduga dapat mempengaruhi loyalitas nasabah namun belum dapat dimasukkan oleh peneliti, oleh karena itu disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk

menambah variabel lain yang juga merupakan beberapa faktor penentu dalam mempengaruhi loyalitas nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Fadhli Edar, dkk. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah, dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Central Asia KCU Makassar." *Hasanuddin Journal of Applied Business and Entrepreneurship(HJABE 2*, no. 4, Oktober 2019).
- A. A Ayu Ratih Permata sari & Ni Nyoman Kerti Yasa. *Kepuasan Pelanggan Di Antara Hubungan Citra Perusahaan Dan Kewajaran Harga Dengan Loyalitas Pelanggan Mapemall.Com*. Jateng: Lakeisha, 2020.
- Ahmad Rodoni. *Ansuransi dan Pegadaian Syariah*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2015.
- Candrianto. *Kepuasan Pelanggan Suatu Pengantar*. Malang: CV. Literasi Nusantara, 2021.
- Departemen Agama Republik Indonesia. *Al-qur'an dan Terjemahan*. Surabaya: Halim, 2013.
- Didin Fatihudin & Anang Firmansyah. *Pemasaran Jasa Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Cv. Budi Utama, 2019.
- Elta Mamang Sangadji & Sopiiah. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV Andi Offset, 2013.
- Fandi Tjiptono. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi Offset, 2017.
- Farid firmansyah & Rudy Haryanto. *Manajemen Kualitas Jasa Peningkatan Kepuasan & Loyalitas pelanggan*. bengkes: Duta Media, 2019.
- Harry Susanto & Khaerul Umam. *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Pustaka Setia, 2013.
- Husein Umar. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers, 2013. Ilya Octavia. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepercayaan sebagai Intervening (Studi di BPRS Sukowati Sragen Cabang Boyolali)." Skripsi IAIN Salatiga, 2020.
- Kasmir. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Rajawali Pers, 2014.
- . *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana, 2018.
- Kotler, P & Keller. *Marketing Management (14th editi)*. Prentice Hall: Pearson Education Inc, 2012.

- Kurniati Karim. *Aspek Kepuasan Nasabah Berdasarkan Kualitas Jasa Perbankan*. Surabaya: CV. Jakad Media Publishing, 2020.
- Lili Suryati. *Manajemen Pemasaran Suatu Strategi dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Cv. Budi Utama, 2019.
- Marsono. *Metode Penelitian Kuantitatif: Langkah- Langkah Menyusun Skripsi, Tesis Atau Disertai Menggunakan Teknik Analisis Jalur (Path Analysis)*. Bogor: In Media, 2016.
- Morissan, dkk. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana, 2012.
- Muhammad Teguh. *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2015.
- Muhammad Isa, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Siswa Lembaga Bimbingan Belajar ‘Potensi’ Panyabungon” 5, no. No. 1 (2019).
- M. Nur Rianto. *Dasar Dasar Pemasaran Bank syariah*. Jakarta: Alfabeta, 2012.
- M. Quraish Shihab. *Pesan, Kesan dan Keserasian Al- Qur’ an*. Vol. 2. Jakarta: Lentera Hati, 2003.
- M. Fikri Akbar, dkk. *Public Relations*. Bangunijiwo: Ikatan Guru Indonesia, 2021.
- Nasib dkk. *Konsep Kualitas Pelayanan, Harga, dan Citra Kampus Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa*. Surabaya: CV. Global Aksara Pres, 2021.
- Nik Amah & Septi Hendriana. “Determinan Loyalitas Nasabah (Studi Pada Bank Syariah Di Kota Madiun).” *Akuntansi dan pendidikan* 13, no. 1 (Oktober 2016).
- Nugroho J. Setiadi. *Perilaku Konsumen Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Kencana, 2019.
- Nur Asnawi & Mahsyuhi. *Metode riset Manajemen Pemasaran*. Malang: UIN Maliki Press, 2011.
- Philip Kotler. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat, 2016.
- Philip Kotler & Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 jilid 1*. Jakarta: Salemba Empat, 2018.
- Poppy Alvianolita Sanistasya. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas nasabah tabungan Britama pada PT. Bank Rakyat

- Indonesia (Persero) Tbk Cabang Samarinda.” *Ilmu Administrasi bisnis* 3, no. 1 2015.
- Priyatno Duwi. *SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis*. Yogyakarta: Andi Offset, 2014.
- R. Gunawan Sudarmanto. *Statistik Terapan Berbasis Komputer Dengan Program Ibm Spss Statistic 19*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013.
- Rahmad Lupiyoadi & Hamdani. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat, 2013.
- Ratih Huriyati. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- Rudy Haryono. *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Bangkes: Duta Media, 2020.
- Setiawan & Dwi Endah Kusri. *Ekonometrika*. Yogyakarta: Andi Offset, 2014.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- Suharsimi Arikunto. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta, 2016.
- Ria Octavia. “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Index Lampung.” *Manajemen Pemasaran* 13, no. 1 (April 2019).
- Rina Purnama. “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan.” *Tirtayasa Ekonomika* 14, no. 2 (Oktober 2019).
- Rudy Haryono. *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. Bangkes: Duta Media, 2020.
- Subagiyo, Rokhmat. “Tinjauan Syariah Tentang Pegadaian Syariah (Rahn).” *An-Nisbah* 01, no. No. 01 (Oktober 2014).
- Trisusanti, Yelli. “Pengaruh Kualitas pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pekanbaru).” *Jom Fisip* 4, no. 2 (Oktober 2017).
- Ujang Sumarwan. *Riset Pemasaran dan Konsumen*. Bogor: IPB Press, 2019.

Wawancara dengan Ibu lila Santi Hasibuan, Karyawan, PT.Pegadaiaan Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan, 24 Maret 2021, Pukul: 11.25 WIB.

Wawancara dengan Ibu Lila Santi Hasibuan. Karyawan, di PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan, 04 Agustus 2021.

Wawancara dengan Ibu Masdawiyah. Karyawan, di PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan, 12 Agustus 2021.

Wawancara dengan Ibu Nur Aini, Nasabah, di PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan, 20 September 2021.

Wawancara dengan ibu Fatimah Nasution, Nasabah, PT. Pegadaiaan Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan, 24 Maret 2021.

Wawancara dengan Ibu Gerhana Hasibuan, Nasabah, Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan, 24 Maret 2021.

Windari & Abdul Nasser Hasibuan. "Pengaruh Zakat Perbankan Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Rasio Profitabilitas Bank Umum Syariah Di Indonesia" 5, no. No. 1 (Juni 2021).

www.pegadaian.co.id, Diakses 15 Oktober 2021.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. Data Pribadi

Nama : Yusniya
Nim : 17 401 00015
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat, tanggal lahir : Panyabungan Tonga, 01 Agustus 1999
Kewarganegaraan : Indonesia
Agama : Islam
Anak ke : 2 dari 6 bersaudara
Alamat Lengkap : Jln. Mesjid Nurul Yaqin, Gg. Sentosa Panyabungan Tonga
Telepon/No. Hp : 0822-9403-6384
Email : yusniahasibuan15@gmail.com

II. Latar Belakang Pendidikan

Tahun 2005-2011 : SD Negeri 091 Panyabungan
Tahun 2011-2014 : SMP Negeri 1 Panyabungan
Tahun 2014-2017 : SMA Negeri 3 Panyabungan
Tahun 2017-2021 : Program Sarjana (S-1) Perbankan Syariah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

SURAT VALIDASI ANGKET

Menerangkan bahwa yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hamni Fadlilah Nasution, M. Pd

Nip : 19830317 201801 2 001

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket untuk kelengkapan penelitian yang berjudul: “Determinan Loyalitas Nasabah Pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan”

Yang disusun oleh:

Nama : Yusniya

Nim : 17 401 00015

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Perbankan Syariah (PS-1)

Adapun masukan saya adalah sebagai berikut:

1.
2.
3.

Dengan harapan masukan dan penilaian yang saya berikan dapat dipergunakan untuk menyempurnakan dan memperoleh kualitas angket yang baik.

Padangsidimpuan, Oktober 2021
Validator

Hamni Fadlilah Nasution, M. Pd
NIP. 19830317 201801 2 001

LEMBAR VALIDASI
ANGKET LOYALITAS NASABAH (Y)

Petunjuk :

1. Kami mohon kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Beri tanda *checklist* (√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	No Soal		V	VR	TV
	(+)	(-)			
Melakukan pembelian ulang secara teratur	1,2				
Melakukan pembelian diluar garis produk/ jasa	3,4				
Merekomendasikan produk	5,6				
Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing	7,8				

Catatan:

.....

.....

.....

.....

Padangsidimpun, Oktober 2021
Validator

Hamni Fadlilah Nasution, M. Pd
NIP. 19830317 201801 2 001

LEMBAR VALIDASI
ANGKET KUALITAS PELAYANAN (X₁)

Petunjuk :

1. Kami mohon kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Beri tanda *checklist* (√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	No Soal		V	VR	TV
	(+)	(-)			
Kehandalan (<i>Reability</i>)	9,10				
Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>)	11,12				
Jaminan (<i>Assurance</i>)	13,14				
Empati (<i>Empathy</i>)	15,16				
Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)	17,18				

Catatan:

.....
.....
.....
.....

Padangsidempuan, Oktober 2021
Validator

Hamni Fadlilah Nasution, M. Pd
NIP. 19830317 201801 2 001

LEMBAR VALIDASI

ANGKET KEPUASAN NASABAH (X₂)

Petunjuk :

1. Kami mohon kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Beri tanda *checklist* (✓) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	No Soal	V	VR	TV
-----------	---------	---	----	----

	(+)	(-)			
Kesesuaian harapan	19,20				
Minat berkunjung kembali	21,22				
Kesediaan merekomendasikan	23,24				

Catatan:

.....
.....
.....
.....

Padangsidempuan, Oktober 2021
Validator

Hamni Fadlilah Nasution, M. Pd
NIP. 19830317 201801 2 001

LEMBAR VALIDASI

ANGKET CITRA PERUSAHAAN (X₃)

Petunjuk :

1. Kami mohon kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Beri tanda *checklist* (√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi Bapak/Ibu dapat langsung menuliskannya pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

Indikator	No Soal		V	VR	TV
	(+)	(-)			
Kepribadian (<i>Personality</i>)	25,26				
Reputasi (<i>Reputation</i>)	27,28				
Nilai (<i>Value</i>)	29,30				
Identitas Perusahaan (<i>Corporate Identity</i>)	31,32				

Catatan:

.....
.....
.....
.....

Padangsidempuan, Oktober 2021
Validator

Hamni Fadlilah Nasution, M. Pd
NIP. 19830317 201801 2 001

KATA PENGANTAR UNTUK ANGKET (KUESIONER)

Kepada Yth.

Bapak / Ibu / Saudara(i) Responden

Di

Tempat

Assalamu'alaikum, Wr.Wb

Bapak/Ibu dalam rangka menyelesaikan karya ilmiah (skripsi) pada program studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Di Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan maka saya,

Nama : Yusniya

Nim : 17 401 00015

Untuk membantu kelancaran penelitian ini, 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.

Informasi yang Bapak/Ibu/Saudara(i) berikan sangatlah berarti dalam penyelesaian skripsi penelitian dengan judul: "Determinan Loyalitas Nasabah Pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan." Untuk mencapai maksud tersebut, peneliti mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara(i) untuk mengisi kuesioner ini dengan memilih jawaban yang telah disediakan.

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

Hormat Saya,

Yusniya
Nim. 17 401 00015

KUESIONER (AGKET) PENELITIAN

DETERMINAN LOYALITAS NASABAH PADA PT. PEGADAIAN CABANG SYARIAH ALAMAN BOLAK PADANGSIDIMPUAN

I. IDENTITAS RESPONDEN

Kami mohon kesediaan saudara/i untuk menjawab beberapa pernyataan berikut ini, dengan mengisi titik-titik dan memberi tanda centang (√) atau tanda silang (X) pada kotak yang tersedia.

1. Nama :
2. Usia :
3. Jenis Kelamin : Laki-Laki Perempuan
4. Alamat :
5. Pekerjaan :

II. PETUNJUK PENGISIAN ANGKET:

Pilihlah salah satu jawaban yang paling sesuai dengan keadaan anda dengan cara memberi tanda check list (√) pada salah satu kolom berikut:

- | | |
|-----|-----------------------|
| SS | : Sangat Setuju |
| S | : Setuju |
| KS | : Kurang Setuju |
| TS | : Tidak Setuju |
| STS | : Sangat Tidak Setuju |

a. Angket Variabel Loyalitas Nasabah (Y)

	Pernyataan	Tanggapan Responden				
	Saya melakukan transaksi di PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan lebih dari sekali					
	Saya sering melakukan transaksi di PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan					
	Saya berminat dengan Produk baru yang ditawarkan PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan					
	Saya menggunakan jasa lain yang ditawarkan oleh pihak PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan					
	Saya merekomendasikan produk PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan kepada masyarakat					
	Saya menceritakan keunggulan produk PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan kepada orang lain					
	Saya tidak akan beralih ke perusahaan lain selain dengan PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan					
	Saya tetap memilih Produk/jasa PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan, walaupun muncul produk/ jasa baru di perusahaan lain					

b. Angket Variabel Kualitas Pelayanan(X₁)

	Pernyataan	Tanggapan Responden				
	Karyawan PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan mampu dalam melayani nasabah secara cepat					
	Karyawan PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan memberikan pelayanan tepat waktu					
	Karyawan memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik.					
	Karyawan PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan mampu memahami keinginan para nasabahnya					
	Karyawan PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan selalu bersikap ramah terhadap nasabahnya					
	Karyawan PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan memiliki pengetahuan sesuai bidang					
	Karyawan memiliki rasa peduli yang kuat dengan mengetahui keinginan nasabahnya					
	Karyawan PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan senantiasa membuat nasabah merasa nyaman					
	Karyawan PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan selalu berpenampilan rapi					
	Kebersihan dan kenyamanan kantor terjaga dengan baik					

c. Angket Variabel Kepuasan Nasabah (X₂)

	Pernyataan	Tanggapan Responden				
	Produk di PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan sesuai dengan harapan					
	Karyawan memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan saya					
	Saya akan menggunakan produk PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan kembali					
	Saya puas dengan pelayanan PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan yang kebutuhan saya					
	Saya merekomendasikan produk yang ditawarkan kepada orang lain					
	Saya menyarankan kepada orang lain untuk melakukan transaksi di PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan					

d. Angket Variabel Citra Perusahaan (X₃)

	Pernyataan	Tanggapan Responden				
	PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan merupakan lembaga keuangan yang dapat dipercaya					
	PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan memiliki tanggungjawab sosial terhadap nasabah					
	PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan selalu mengutamakan keamanan kepada saat bertransaksi					
	PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan memiliki produk					

	yang dibutuhkan oleh nasabah					
	Karyawan mampu memahami keluhan para nasabah					
	Karyawan mampu memenuhi keinginan nasabah					
	PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan mempunyai slogan yang mudah diingat					
	PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan mempunyai logo yang mudah di kenal					

Padangsidempuan, Oktober 2021

Responden

**Data Baku Jawaban Responden Pada Uji Coba Instrumen
Loyalitas Nasabah (Y)**

Nomor Responden	Nomor Item Pernyataan								Total Skor
	1	2	3	4	5	6	7	8	
Responden 1	5	4	5	5	4	4	4	5	36
Responden 2	4	5	5	5	5	5	4	4	37
Responden 3	4	5	4	4	5	5	4	4	35
Responden 4	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Responden 5	5	4	4	4	4	5	5	4	35
Responden 6	5	4	5	4	4	4	4	5	35
Responden 7	4	4	5	5	4	5	5	4	36
Responden 8	5	4	4	4	5	4	4	4	34
Responden 9	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Responden 10	4	4	4	5	4	4	5	4	34
Responden 11	5	4	5	3	4	4	3	4	32
Responden 12	5	4	4	5	4	4	4	4	34
Responden 13	4	4	5	5	4	5	4	5	36
Responden 14	5	4	5	5	4	4	5	4	36
Responden 15	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Responden 16	4	4	4	5	5	4	5	4	35
Responden 17	5	4	4	5	4	5	5	4	36
Responden 18	4	4	4	5	4	4	5	4	34
Responden 19	5	4	4	5	4	4	4	4	34
Responden 20	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Responden 21	4	3	5	4	4	4	4	4	32
Responden 22	4	4	5	5	4	4	4	4	34
Responden 23	5	4	5	4	4	5	4	4	35
Responden 24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Responden 25	4	4	4	4	3	4	4	4	31
Responden 26	4	5	5	5	5	5	5	5	39
Responden 27	5	4	4	4	4	4	5	4	34
Responden 28	4	5	4	4	4	4	4	4	33
Responden 29	4	3	3	3	4	3	4	3	27
Responden 30	5	5	4	5	5	4	5	4	37
Responden 31	5	4	4	4	5	5	4	4	35
Responden 32	3	4	4	3	4	4	4	3	29
Responden 33	4	3	3	4	4	4	4	4	30
Responden 34	5	4	5	4	4	4	4	5	35
Responden 35	5	4	4	5	4	5	4	5	36

Responden 36	4	4	5	5	4	4	4	4	34
Responden 37	5	5	4	5	5	5	5	4	38
Responden 38	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Responden 39	5	5	5	5	5	5	5	4	39
Responden 40	4	4	4	5	4	4	4	4	33
Responden 41	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Responden 42	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Responden 43	5	5	4	5	5	5	4	5	38
Responden 44	5	4	4	4	4	4	4	4	33
Responden 45	4	4	4	4	4	5	4	4	33
Responden 46	5	4	4	4	4	4	4	4	33
Responden 47	4	3	3	4	4	4	4	4	30
Responden 48	5	5	4	5	4	5	5	5	38
Responden 49	5	4	4	4	4	4	4	4	33
Responden 50	5	5	4	5	5	5	4	5	38
Responden 51	3	5	5	4	5	4	5	5	36
Responden 52	4	4	4	4	4	5	4	4	33
Responden 53	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Responden 54	5	5	5	5	4	5	5	5	39
Responden 55	5	5	5	5	5	4	5	5	39
Responden 56	5	4	5	4	4	5	4	4	35
Responden 57	3	5	5	5	5	3	4	5	35
Responden 58	3	4	4	5	4	4	5	5	34
Responden 59	5	4	4	4	4	4	5	5	35
Responden 60	5	4	5	4	4	5	4	4	35
Responden 61	5	4	4	5	5	5	5	5	38
Responden 62	4	5	5	5	5	4	5	4	37
Responden 63	5	5	5	5	4	5	5	4	38
Responden 64	4	4	5	5	5	5	5	5	38
Responden 65	4	5	5	4	5	5	5	4	37
Responden 66	5	3	5	4	4	5	4	5	35
Responden 67	5	4	4	5	4	5	4	5	36
Responden 68	4	4	5	4	5	4	4	5	35
Responden 69	5	5	5	4	4	4	4	4	35
Responden 70	5	5	4	4	5	4	4	5	36
Responden 71	4	5	4	4	4	5	4	5	35
Responden 72	4	3	5	4	5	4	5	5	35
Responden 73	4	5	5	5	5	4	4	5	37
Responden 74	5	5	4	4	5	4	4	5	36

Responden 75	5	5	4	4	4	5	5	4	36
Responden 76	4	5	3	5	5	4	5	5	36
Responden 77	4	5	4	4	5	4	4	5	35
Responden 78	4	5	4	4	5	4	4	4	34
Responden 79	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Responden 80	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Responden 81	5	5	4	5	5	5	5	4	38
Responden 82	5	5	5	4	5	5	4	4	37
Responden 83	5	5	5	5	4	4	5	5	38
Responden 84	4	5	4	3	5	4	4	5	34
Responden 85	3	4	5	4	5	4	5	5	35
Responden 86	4	5	5	4	4	4	4	4	34
Responden 87	3	5	4	4	5	5	5	5	36
Responden 88	4	4	5	5	5	4	4	5	36
Responden 89	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Responden 90	5	4	5	4	5	5	5	5	38
Responden 91	5	5	5	4	4	5	4	4	36
Responden 92	4	4	4	5	4	4	5	5	35
Responden 93	5	4	5	4	5	5	4	5	37
Responden 94	5	4	4	4	4	5	5	5	36
Responden 95	5	5	5	4	5	4	4	4	36
Responden 96	5	4	5	5	4	5	4	5	37
Responden 97	4	5	4	4	4	5	5	5	36
Responden 98	5	4	5	5	4	5	5	5	38
Responden 99	4	5	5	4	4	4	4	4	34
Responden 100	5	4	5	4	4	5	5	4	36

Data Baku Jawaban Responden Pada Uji Coba Instrumen

Kualitas Pelayanan (X_1)

Nomor Responden	Nomor Item Pernyataan										Total Skor
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Responden 1	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	34
Responden 2	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	38
Responden 3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	32
Responden 4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	44
Responden 5	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	37
Responden 6	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	36
Responden 7	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	36
Responden 8	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	34
Responden 9	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	44
Responden 10	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	38
Responden 11	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
Responden 12	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	34
Responden 13	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	35
Responden 14	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
Responden 15	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
Responden 16	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	34
Responden 17	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	31
Responden 18	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	34
Responden 19	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	36
Responden 20	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	44
Responden 21	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	34
Responden 22	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	32
Responden 23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
Responden 24	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	34
Responden 25	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	44
Responden 26	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	34
Responden 27	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	46
Responden 28	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	34
Responden 29	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	32
Responden 30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Responden 31	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	38
Responden 32	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
Responden 33	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	38
Responden 34	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	32
Responden 35	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	38

**Data Baku Jawaban Responden Pada Uji Coba Instrumen
Kepuasan Nasabah (X₂)**

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

Responden 36	5	5	5	5	4	4	28
Responden 37	5	4	5	4	4	4	26
Responden 38	5	5	5	5	5	5	30
Responden 39	4	4	5	4	4	4	25
Responden 40	5	4	5	5	4	4	27
Responden 41	5	4	5	5	5	5	29
Responden 42	5	5	5	5	5	5	30
Responden 43	5	5	5	4	5	5	29
Responden 44	5	5	5	5	5	5	30
Responden 45	4	5	5	5	4	4	27
Responden 46	4	4	4	4	4	4	24
Responden 47	5	4	4	4	4	4	25
Responden 48	5	5	5	5	5	5	30
Responden 49	4	4	4	4	5	5	26
Responden 50	5	5	5	5	4	4	28
Responden 51	5	5	4	4	4	4	26
Responden 52	5	5	4	4	4	4	26
Responden 53	5	5	5	5	5	5	30
Responden 54	4	4	4	4	4	5	25
Responden 55	5	5	5	5	5	5	30
Responden 56	4	5	4	4	4	4	25
Responden 57	4	4	4	5	4	4	25
Responden 58	5	4	5	4	4	5	27
Responden 59	5	4	5	4	4	5	27
Responden 60	5	4	5	4	4	4	26
Responden 61	4	5	5	5	5	4	28
Responden 62	5	5	5	5	4	4	28
Responden 63	5	5	5	5	5	5	30
Responden 64	5	4	5	5	4	4	27
Responden 65	5	5	5	4	5	5	29
Responden 66	5	4	5	4	5	4	27
Responden 67	5	5	5	5	5	4	29
Responden 68	4	5	5	5	4	4	27
Responden 69	5	5	5	5	5	4	29
Responden 70	5	5	5	5	5	5	30
Responden 71	4	5	4	4	5	4	26
Responden 72	4	4	3	4	3	4	22
Responden 73	4	4	4	4	5	4	25
Responden 74	5	4	5	5	5	5	29

Responden 75	5	5	5	5	5	5	30
Responden 76	5	5	5	5	5	5	30
Responden 77	5	5	4	4	4	4	26
Responden 78	5	5	5	4	5	5	29
Responden 79	5	5	5	5	5	5	30
Responden 80	5	5	5	5	5	5	30
Responden 81	5	4	5	4	5	5	28
Responden 82	5	5	5	5	5	5	30
Responden 83	4	5	5	4	5	5	28
Responden 84	5	5	5	5	5	5	30
Responden 85	5	5	4	4	4	4	26
Responden 86	5	5	4	4	5	4	27
Responden 87	5	5	5	5	5	5	30
Responden 88	5	5	5	5	5	5	30
Responden 89	5	5	5	5	5	5	30
Responden 90	5	5	5	5	5	5	30
Responden 91	4	5	5	5	4	5	28
Responden 92	5	5	5	5	5	5	30
Responden 93	4	5	5	5	4	4	27
Responden 94	5	5	5	5	5	5	30
Responden 95	4	4	4	4	4	5	25
Responden 96	5	5	4	5	4	4	27
Responden 97	5	5	4	4	5	5	28
Responden 98	5	5	5	5	5	5	30
Responden 99	5	5	5	5	5	5	30
Responden 100	5	5	5	4	5	4	28

Responden 36	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Responden 37	4	5	5	5	5	5	5	5	39
Responden 38	5	5	5	5	5	4	4	4	37
Responden 39	5	5	4	5	4	4	4	5	36
Responden 40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Responden 41	5	5	4	5	5	5	5	5	39
Responden 42	4	5	5	5	5	5	5	4	38
Responden 43	4	4	4	5	4	4	4	4	33
Responden 44	5	5	5	5	5	5	5	4	39
Responden 45	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Responden 46	4	3	3	4	3	3	4	4	28
Responden 47	5	4	5	5	4	4	5	5	37
Responden 48	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Responden 49	5	4	5	5	4	4	4	4	35
Responden 50	4	5	5	5	4	4	4	5	36
Responden 51	5	4	4	5	4	4	4	4	34
Responden 52	5	4	5	5	5	5	5	4	38
Responden 53	5	4	5	5	5	5	5	4	38
Responden 54	5	4	5	5	5	5	5	4	38
Responden 55	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Responden 56	5	4	5	5	4	5	5	5	38
Responden 57	4	5	5	5	5	5	5	4	38
Responden 58	5	4	4	5	4	4	4	4	34
Responden 59	5	4	5	5	5	4	5	4	37
Responden 60	5	4	5	5	5	5	5	4	38
Responden 61	5	5	5	5	4	4	4	4	36
Responden 62	5	4	5	5	4	5	5	5	38
Responden 63	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Responden 64	4	5	4	4	5	5	5	4	36
Responden 65	5	4	5	5	4	4	4	4	35
Responden 66	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Responden 67	5	5	5	4	5	4	4	4	36
Responden 68	4	4	4	5	5	5	5	4	36
Responden 69	5	5	5	5	5	5	5	4	39
Responden 70	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Responden 71	5	3	4	5	5	4	4	4	34
Responden 72	5	5	5	4	5	4	5	4	37
Responden 73	4	4	4	5	5	5	4	5	36
Responden 74	4	4	5	5	5	5	5	5	38

	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	,736**	,792**	,693**	,661**	,795**	,836**	,690**	,676**	,738**	,766**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

UJI VALIDITAS VARIABEL X₂

		Correlations							
		Item 01	Item 02	Item 03	Item 04	Item 05	Item 06	Total	
Item 01	Pearson Correlation	1	,186	,445**	,289**	,327**	,304**	,601**	
	Sig. (2-tailed)		,064	,000	,004	,001	,002	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	
Item 02	Pearson Correlation	,186	1	,292**	,372**	,434**	,280**	,615**	
	Sig. (2-tailed)	,064		,003	,000	,000	,005	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	
Item 03	Pearson Correlation	,445**	,292**	1	,511**	,394**	,372**	,724**	
	Sig. (2-tailed)	,000	,003		,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	
Item 04	Pearson Correlation	,289**	,372**	,511**	1	,375**	,303**	,688**	
	Sig. (2-tailed)	,004	,000	,000		,000	,002	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	
Item 05	Pearson Correlation	,327**	,434**	,394**	,375**	1	,580**	,774**	
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000	,000		,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	
Item 06	Pearson Correlation	,304**	,280**	,372**	,303**	,580**	1	,708**	
	Sig. (2-tailed)	,002	,005	,000	,002	,000		,000	

Item 06	Pearson Correlation	,143	,400**	,416**	,371**	,540**	1	,633**	,322**	,752**
	Sig. (2-tailed)	,155	,000	,000	,000	,000		,000	,001	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Item 07	Pearson Correlation	,162	,394**	,403**	,281**	,496**	,633**	1	,351**	,726**
	Sig. (2-tailed)	,108	,000	,000	,005	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Item08	Pearson Correlation	,166	,348**	,184	,118	,154	,322**	,351**	1	,519**
	Sig. (2-tailed)	,098	,000	,066	,241	,127	,001	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	,466**	,686**	,725**	,556**	,700**	,752**	,726**	,519**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).										
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).										

LAMPIRAN TABEL HASIL UJI RELIABILITAS

HASIL UJI RELIABILITAS VARIBEL Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,713	8

HASIL RELIABILITAS VARIBEL X₁

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,908	10

HASIL RELIABILITAS VARIBEL X₂

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,776	,775	6

HASIL RELIABILITAS VARIBEL X₃

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,799	8

LAMPIRAN

HASIL UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,25218204
Most Extreme Differences	Absolute	,069
	Positive	,052
	Negative	-,069
Test Statistic		,069
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

HASIL UJI LINEARITAS

HASIL UJI LINEARITAS LOYALITAS NASABAH TERHADAP KUALITAS PELAYANAN

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Loyalitas Nasabah * Kualitas Pelayanan	Between Groups	(Combined)	188,076	17	11,063	1,895	,030
		Linearity	92,336	1	92,336	15,818	,000
		Deviation from Linearity	95,740	16	5,984	1,025	,440
	Within Groups		478,674	82	5,837		
	Total		666,750	99			

HASIL UJI LINEARITAS KEPUASAN NASABAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Loyalitas Nasabah * Kepuasan Nasabah	Between Groups	(Combined)	87,405	7	12,486	1,983	,066
		Linearity	37,652	1	37,652	5,979	,016
		Deviation from Linearity	49,753	6	8,292	1,317	,258
	Within Groups		579,345	92	6,297		
	Total		666,750	99			

**HASIL UJI LINEARITAS CITRA PERUSAHAAN TERHADAP
LOYALITAS NASABAH**

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Loyalitas Nasabah * Citra Perusahaan	Between Groups	(Combined)	118,266	9	13,141	2,156	,033
		Linearity	77,225	1	77,225	12,672	,001
		Deviation from Linearity	41,041	8	5,130	,842	,568
	Within Groups		548,484	90	6,094		
	Total		666,750	99			

LAMPIRAN

UJI MULTIKOLINEARITAS

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	13,073	4,369		2,992	,004		
	Kualitas Pelayanan	,200	,053	,356	3,742	,000	,866	1,155
	Kepuasan Nasabah	,312	,125	,237	2,491	,014	,864	1,157
	Citra Perusahaan	,166	,096	,170	1,728	,087	,809	1,236

HASIL UJI HETEROSKEDASTISITAS

Correlations						
			Kualitas Pelayanan	Kepuasan Nasabah	Citra Perusahaan	Unstandardized Residual
Spearman's rho	Kualitas Pelayanan	Correlation Coefficient	1,000	-,086	,310**	-,038
		Sig. (2-tailed)	.	,395	,002	,709
		N	100	100	100	100
	Kepuasan Nasabah	Correlation Coefficient	-,086	1,000	,224*	,113
		Sig. (2-tailed)	,395	.	,025	,264
		N	100	100	100	100
	Citra Perusahaan	Correlation Coefficient	,310**	,224*	1,000	,111
		Sig. (2-tailed)	,002	,025	.	,273
		N	100	100	100	100
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-,038	,113	,111	1,000
		Sig. (2-tailed)	,709	,264	,273	.
		N	100	100	100	100

HASIL UJI REGRESI LINEAR BERGANDA

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13,073	4,369		2,992	,004
	Kualitas Pelayanan	,200	,053	,356	3,742	,000
	Kepuasan Nasabah	,312	,125	,237	2,491	,014
	Citra Perusahaan	,166	,096	,170	1,728	,087

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

HASIL UJI F (UJI SIMULTAN)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	164,590	3	54,863	10,488	,000b
	Residual	502,160	96	5,231		
	Total	666,750	99			

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

b. Predictors: (Constant), Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah

HASIL UJI KOEFISIEN DETERMINAN (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	d. Error of the Estimate
1	,497a	,247	,223	2,287

a. Predictors: (Constant), Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah

DOKUMENTASI FOTO SELAMA RISET

Kantor PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan



WAWANCARA DENGAN PEGAWAI PEGADAIAN



MENYEBAR KUISIONER/ANGKET KEPADA NASABAH





















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

Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4.5 Sititang 22733
Telepon (0634) 22060 Faksimile (0634) 24022

Nomor : 2820 /In.14/G.1/G.4b/PP.00.9/11/2020 16 Nopember 2020
Tempat : -
Tentang : **Penunjukan Pembimbing Skripsi**

Untuk Bapak/Ibu:

- 1. Abdul Nasser Hasibuan : Pembimbing I
- 2. Hamni Fadlilah Nasution : Pembimbing II

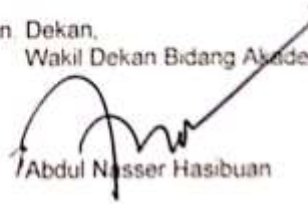
Jangan hormat, bersama ini disampaikan kepada Bapak/Ibu bahwa, berdasarkan hasil sidang tim pengkajian kelayakan judul skripsi, telah ditetapkan judul skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Yusniya
NIM : 1740100015
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Determinan Loyalitas Nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan.

Untuk itu, diharapkan kepada Bapak bersedia sebagai pembimbing mahasiswa tersebut dalam penyelesaian skripsi dan sekaligus penyempurnaan judul bila diperlukan.

Jemikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih

an. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik


Abdul Nasser Hasibuan

Tempat
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



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

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

no/ : **104** /In.14/G.1/G.4c/TL.00/01/2021
: **Mohon Izin Pra Riset**

13 Januari 2021

. Pimpinan PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan

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

Nama : Yusniya
NIM : 1740100015
Semester : VII (Tujuh)
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

ialah benar Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan nis Islam IAIN Padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan luh: "Determinan Loyalitas Nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman ak Padangsidimpuan".

Sehubungan dengan itu, kami mohon bantuan Bapak/Ibu dalam memberikan riset dan data sesuai dengan maksud judul di atas.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas kerjasama yang baik diucapkan ma kasih.



an Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik

Abdul Nasser Hasibuan

nbusan:
an Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



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

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

nomor : 2388 /In.14/G.1/G.4c/TL.00/10/2021
tanggal : Mohon Izin Riset

15 Oktober 2021

th. Pimpinan PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan

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

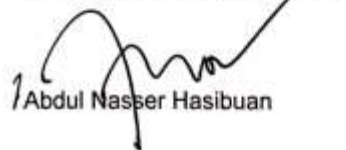
Nama : Yusniya
NIM : 1740100015
Semester : IX (Sembilan)
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jalah benar Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan judul: "Determinan Loyalitas Nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidimpuan".

Sehubungan dengan itu, kami mohon bantuan Bapak/Ibu dalam memberikan izin riset dan data sesuai dengan maksud judul di atas.

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

sa.n Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik


Abdul Nasser Hasibuan

Hasibuan,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Padangsidimpuan, 25 Agustus2021

Nomor : 100/60068/2021
Lampiran : -
Urgensi : Biasa

Kepada Yth,
Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis IAIN Padangsidimpuan
Di,
Padang Sidimpuan.

Hal : Permohonan Izin Pra Riset.

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Menindaklanjuti surat Bapak No : 104/In.14/G.1/G.4c/TL.00/01/2021, tanggal 13 Januari 2021 Hal Mohon Izin Pra Riset, maka pada prinsipnya kami menyetujui kepada Mahasiswa yang akan melakukan Pra Riset di PT.Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak, perlu kami sampaikan dalam hal- hal yang berkaitan dalam Pra Riset kepada mahasiswa akan diberikan arahan dan petunjuk oleh Petugas yang diberikan wewenang oleh Pemimpin Cabang tentang apa yang harus dilakukan agar sesuai dengan aturan yang berlaku di PT.Pegadaian (Persero). Adapun daftar nama yang melakukan Pra Riset sbb ;

No	Nama Mahasiswa	NIM	Jenis Kelamin	Jurusan/prodi
1	Yusniya	1740100015	Perempuan	Perbankan Syariah

Demikian disampaikan atas perhatian dan kerja sama yang baik diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.

Pemimpin Cabang

SUBHAN
NIK.P80884

Padangsidempuan, 18 Oktober 2021

or : 100 /60068/2021
Nir : -
nsi : Biasa

Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis IAIN Padangsidempuan

Padang Sidempuan

: Telah Selesai Melakukan Riset.

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dengan ini diberitahukan bahwa Mahasiswa di bawah ;

Nama : Yusniya
NIM : 1740100015

Judul Skripsi : "Determinan Loyalitas Nasabah Pada PT Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan".

Riset dilakukan selama (30) hari terhitung mulai tanggal 15 Oktober 2021 sampai tanggal 14 November 2021.

Riset ini atas nama Perusahaan PT.Pegadaian (Persero) Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan mengucapkan banyak terima kasih atas partisipasinya dalam mengenalkan Pegadaian Syariah kepada Masyarakat Umum.

Perhatian dan kerja sama yang baik diucapkan terima kasih.

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Pemimpin Cabang

SUBHAN
NIK.P80884