



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI LOYALITAS
NASABAH PADA PT. BANK SUMUT KCP SYARIAH
RANTAUPRAPAT**

SKRIPSI

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

Oleh:

**DIAN AMALIA
18 401 00098**

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2022**



**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI LOYALITAS
NASABAH PADA PT. BANK SUMUT KCP SYARIAH
RANTAUPRAPAT**

SKRIPSI

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

Oleh:

**DIAN AMALIA
18 401 00098**

PEMBIMBING I

**Rodame Monitorir Napitupulu, M.M.
NIP. 19841130 201801 2 001**

PEMBIMBING II

**Aliman Syahuri Zein, M.E.I.
NIDN. 2028048201**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2022**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telp.(0634) 22080 Fax.(0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi
a.n **DIAN AMALIA**
Lampiran : 6 (Enam Eksemplar)

Padangsidimpuan, 5 Desember 2022
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam UIN Syahada Padangsidimpuan
Di-
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **DIAN AMALIA** yang berjudul "**Faktor-Faktor yang Memengaruhi Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan.

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

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerja sama dari Bapak, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I

Rodame Monitorir Napitupulu, M.M.
NIP. 19841130 201801 2 001

PEMBIMBING II

Aliman Syahuri Zein, M.E.I.
NIDN. 2028048201

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

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

Nama : Dian Amalia
NIM : 18 401 00098
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : **Faktor-Faktor yang Memengaruhi Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat**

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

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

Padangsidempuan, 04 Oktober 2022

Saya yang Menyatakan,



DIAN AMALIA
NIM. 18 401 00098

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Sebagai civitas akademika Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Dian Amalia
NIM : 18 401 00098
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan. Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **“Faktor-Faktor yang Memengaruhi Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat.”** Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidimpuan

Pada tanggal : 04 Oktober 2022

Yang menyatakan,



DIAN AMALIA
NIM. 18 401 00098



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY 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 : Dian Amalia
NIM : 18 401 00098
Fakultas/ Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Faktor-Faktor yang Memengaruhi Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat

Ketua,

Dr. Abdul Nasser Hasibuan, SE., M.Si.
NIP. 197905252006041004

Sekretaris,

Sarmiana Batubara, M.A.
NIP. 198603272019032012

Anggota

Dr. Abdul Nasser Hasibuan, SE., M.Si.
NIP. 197905252006041004

Sarmiana Batubara, M.A.
NIP. 198603272019032012

Dr. Budi Gautama Siregar, S.Pd., M.M.
NIP. 197907202011011005

Dr. Rukiah, SE., M.Si
NIP. 197603242006042002

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidempuan
Hari/ Tanggal : Kamis, 15 Desember 2022
Pukul : 08.30 WIB s/d 12.00 WIB
Hasil/ Nilai : Lulus / 68,75 (C)



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sibitang Padangsidempuan 22733
Telepon. (0634) 22080 Faksimile. (0634) 24022

PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI : **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI
LOYALITAS NASABAH PADA PT. BANK
SUMUT KCP SYARIAH RANTAUPRAPAT**

NAMA : **DIAN AMALIA**
NIM : **18 401 00098**
TANGGAL : **28 JANUARI 2023**
YUDISIUM
INDEKS PRESTASI : **3,65**
KUMULATIF
PREDIKAT : **PUJIAN**

Telah Dapat Diterima untuk Memenuhi
Syarat dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Perbankan Syariah

Padangsidempuan, 28 Januari 2023



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

ABSTRAK

Nama : Dian Amalia

Nim : 18 401 0098

Judul : Faktor-Faktor yang Memengaruhi Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat

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. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat belum mampu mempertahankan nasabahnya. Sehingga masih ada nasabah yang belum loyal. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah ada pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan secara parsial dan simultan terhadap loyalitas nasabah tabungan pasif pada PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat? Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan secara parsial dan simultan terhadap loyalitas nasabah tabungan pasif pada PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat.

Pembahasan penelitian ini berkaitan dengan bidang ilmu ekonomi perbankan syariah. Pendekatan yang dilakukan berdasarkan teori-teori yang berkaitan dengan kualitas pelayanan (*service quality*), kualitas produk (*product quality*), kepercayaan (*trust*) dan loyalitas nasabah (*customer loyalty*).

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, sumber data yang digunakan adalah data primer dan pengumpulan data menggunakan teknik kuesioner dan wawancara. Sampel penelitian sebanyak 61 sampel dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji validitas, uji reabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji analisis linear berganda, uji koefisien determinasi (R^2), uji secara parsial (uji t), dan uji secara simultan (uji f).

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas nasabah tabungan pasif. Sedangkan variabel kepercayaan tidak berpengaruh terhadap keputusan nasabah tabungan pasif. Secara simultan variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah tabungan pasif pada PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepercayaan, Loyalitas

KATA PENGANTAR



Segala puji syukur peneliti ucapkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul **“Faktor-Faktor yang Memengaruhi Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat”**. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menjadi uswatun hasanah bagi umat manusia di sepanjang zaman jalan yang diridhoi Allah SWT, juga kepada keluarga, hingga para sahabatnya.

Skripsi ini ditulis untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Pada Bidang Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan. 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.

Dengan penuh kerendahan hati, peneliti mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang sudah membantu peneliti sebelum maupun sesudah penulisan skripsi ini, yaitu:

1. Bapak Dr. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidimpuan, serta Bapak Dr. Erawadi, M.Ag selaku wakil Rektor I Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, serta Bapak Dr. Anhar, M.A selaku Wakil Rektor

II Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, serta Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag selaku Wakil Rektor III Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.HI., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Akademik, Bapak Drs. H. Armyn Hasibuan, M.Ag selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Ibu Dra. Hj. Replita, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Nofinawati, M.A., selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah, serta Bapak/Ibu Dosen dan Pegawai Administrasi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Ibu Rodame Monitorir Napitupulu, M.M. selaku Pembimbing I dan Bapak Aliman Syahuri Zein, M.E.I. selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak serta Ibu Dosen Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu

pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di UIN Syahada Padangsidimpuan.

7. Teristimewa kepada keluarga tercinta Ayahanda Arnold Nasution, Ibunda Parida Ariani, serta saudara saya Arie Muhammad Iskandar, Ayu Mahdalena Hasibuan, Novrizal Taufan Nur dan Atika Ramadhani yang telah mendidik, memberikan nasehat, dan selalu berdoa tiada hentinya, berkat doa-doa mereka peneliti bisa berada sampai tahap sekarang, kemudahan yang peneliti peroleh selama melakukan penelitian ini merupakan berkat doa dan ridho kedua orang tua dan keluarga.
8. Teruntuk Qori Aminsah yang telah menjadi rumah serta menemani dan menjadi *support system* penulis pada hari yang tidak mudah selama proses pengerjaan skripsi. Terimakasih telah mendengarkan keluh kesah, berkontribusi banyak dalam penulisan skripsi ini, memberikan dukungan, semangat, tenaga, pikiran, materi maupun bantuan dan senantiasa sabar menghadapi saya. Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan saya hingga sekarang ini.
9. Terkhusus untuk 2 sahabat saya, Nurul Arbila dan Erina Dewi yang banyak memberikan dukungan, semangat serta cerita suka dan duka selama masa perkuliahan dan diperantauan. Semoga kesehatan selalu dilimpahkan kepada kalian serta seluruh kebaikannya dibalas oleh Allah SWT.
10. Untuk Bapak Andry Dwi Syahputra selaku pimpinan operasional capem PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat serta seluruh pegawainya yang telah banyak membantu peneliti untuk merampungkan penelitian.

11. Untuk teman-teman seperjuangan di UIN Syahada Padangsidimpuan khususnya Perbankan Syariah-3, terutama Ningsi Widya Yahya, Romauli Limbong, Junaida, Suci Hardianti Pasaribu, Yulia Lahagu yang selalu memberikan semangat, nasehat, dan juga motivasi.
12. Untuk Kos Biru (Shinta Nauli Pasaribu, Sariyana Ritonga, Suci Ramadhani, Sukma Anzani, Nuria Ulfa Siregar dan Rika Maulidina) atas kesetiaan, kenangan dan kebersamaan, dalam suka maupun duka, sampai bertemu di puncak tertinggi yang kita cita-citakan bersama.
13. *And last to myself, thank you for being strong in everyday and thank you for trusting God in all in all your worries. Flower needs time to bloom. Self, you did well!*

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

Padangsidimpuan, 04 Oktober 2022

Peneliti,

Dian Amalia
NIM. 18 401 00098

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 dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Berikut ini daftar huruf Arab dan transliterasinya dengan huruf latin:

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
أ	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	Ĥa	ĥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan 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 dan ye
ص	Šad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	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

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

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
َ	Fathah	A	A
ِ	Kasrah	I	I
ُ	Dammah	U	U

2. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf sebagai berikut:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
ي...ِ	Fathah dan ya	Ai	a dan u
و...ِ	Fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

- كَتَبَ kataba
- فَعَلَ fa`ala
- سَأَلَ suila
- كَيْفَ kaifa
- حَوْلَ haula

C. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda sebagai berikut:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
ا...ِى...ِ	Fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis di atas
ى...ِى	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di atas
و...ِى	Dammah dan wau	ū	u dan garis di atas

Contoh:

- قَالَ qāla
- رَمَى ramā
- قِيلَ qīla
- يَقُولُ yaqūlu

D. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua, yaitu:

1. Ta' marbutah hidup

Ta' marbutah hidup atau yang mendapat harakat fathah, kasrah, dan dammah, transliterasinya adalah “t”.

2. Ta' marbutah mati

Ta' marbutah mati atau yang mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah “h”.

3. Kalau pada kata terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka ta' marbutah itu ditransliterasikan dengan “h”.

Contoh:

- رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ raudah al-atfāl/raudahtul atfāl
- الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ al-madīnatul munawwarah
- طَلْحَةَ talhah

E. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, ditransliterasikan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh:

- نَزَّلَ nazzala
- الْبِرُّ al-birr

F. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu ال, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan atas:

1. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiyah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf “l” diganti dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf qamariyah

Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariyah ditransliterasikan dengan sesuai dengan aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik diikuti oleh huruf syamsiyah maupun qamariyah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanpa sempang.

Contoh:

- الرَّجُلُ ar-rajulu
- الْقَلَمُ al-qalamu
- الشَّمْسُ asy-syamsu
- الْجَلَالُ al-jalālu

G. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan sebagai apostrof. Namun hal itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Sementara

hamzah yang terletak di awal kata dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

- تَأْخُذُ ta'khuẓu
- شَيْءٌ syai'un
- النَّوْءُ an-nau'u
- إِنَّ inna

H. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun huruf ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan, maka penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh:

- وَ إِنَّ اللَّهَ فَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqīn
- بِسْمِ اللَّهِ مَجْرَاهَا وَ مُرْسَاهَا Bismillāhi majrehā wa mursāhā

I. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana

nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

- الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ Alhamdu lillāhi rabbi al-`ālamīn/
- الرَّحْمَنُ الرَّحِيمُ Ar-rahmānir rahīm/Ar-rahmān ar-rahīm

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila 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.

Contoh:

- اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ Allaāhu gafūrun rahīm
- لِلَّهِ الْأُمُورُ جَمِيعًا Lillāhi al-amru jamī`an/Lillāhil-amru jamī`an

J. Tajwid

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

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

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL
HALAMAN PENGESAHAN
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	vi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Batasan Masalah	9
D. Definisi Operasional Variabel	9
E. Rumusan Masalah	10
F. Tujuan Penelitian	11
G. Manfaat Penelitian	11
H. Sistematika Pembahasan	12

BAB II LANDASAN TEORI

A. Loyalitas Nasabah	14
1. Pengertian Loyalitas Nasabah	14
2. Indikator Loyalitas Nasabah	15
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas Nasabah	16
B. Pengertian Nasabah	18
1. Macam-macam Nasabah	18
C. Kualitas Pelayanan	19
1. Pengertian Kualitas Pelayanan	19
2. Indikator Kualitas Pelayanan	21
D. Kepercayaan	22
1. Pengertian Kepercayaan	22
2. Indikator Kepercayaan	24
E. Kualitas Produk	25
1. Pengertian Kualitas Produk	25

2. Indikator Kualitas Produk	26
D. Penelitian Terdahulu	27
E. Kerangka Pikir	29
F. Hipotesis Penelitian	30
 BAB III METODE PENELITIAN	
A. Lokasi dan Waktu Penelitian	32
B. Jenis Penelitian.....	32
C. Populasi dan Sampel.....	32
D. Sumber Pengambilan Data.....	34
E. Teknik Pengumpulan Data.....	34
1. Wawancara.....	34
2. Kuesioner	35
3. Observasi.....	36
F. Validitas dan Reabilitas Instrumen	36
1. Uji Validitas	36
2. Uji Reabilitas	37
G. Teknik Analisis Data.....	37
1. Uji Normalitas	37
2. Uji Asumsi Klasik.....	38
a. Uji Multikolinearitas.....	38
b. Uji Heteroskedastisitas.....	38
3. Analisis Linear Berganda.....	39
4. Uji Hipotesis	40
a. Uji Koefisien Determinasi	40
b. Uji t	41
c. Uji F.....	41
 BAB IV HASIL PENELITIAN	
A. Gambaran Umum.....	43
1. Sejarah Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat	43
2. Ruang Lingkup Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat	45
3. Lokasi Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat	46
B. Hasil Analisis Data	47
1. Uji Validitas	47
2. Uji Reabilitas	49
3. Uji Normalitas.....	50
4. Uji Asumsi Klasik.....	51
a. Uji Multikolinearitas.....	51
b. Uji Heteroskedastisitas.....	52
5. Analisis Linear Berganda.....	53

6. Uji Hipotesis	54
a. Uji Koefisien Determinasi	54
b. Uji t	55
c. Uji F	56
C. Pembahasan Hasil Penelitian	57
D. Keterbatasan Penelitian.....	61

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	63
B. Saran	64

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I.1 Jumlah Data Nasabah Tabungan Pasif pada Tahun 2017-2021	3
Tabel I.2 Definisi Operasional Variabel	9
Tabel II.1 Penelitian Terdahulu	27
Tabel III.1 Skor Jawaban Kuesioner	36
Tabel IV.1 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas pelayanan.....	47
Tabel IV.2 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	47
Tabel IV.3 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan	48
Tabel IV.4 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Nasabah	48
Tabel IV.5 Hasil Uji Reabilitas Variabel Kualitas pelayanan	49
Tabel IV.6 Hasil Uji Reabilitas Variabel Kualitas Produk.....	49
Tabel IV.7 Hasil Uji Reabilitas Variabel Kepercayaan.....	49
Tabel IV.8 Hasil Uji Reabilitas Variabel Loyalitas Nasabah	50
Tabel IV.9 Hasil Uji Normalitas.....	50
Tabel IV.10 Hasil Uji Multiolineritas	51
Tabel IV.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas	52
Tabel IV.12 Hasil Uji Analisis Linear Berganda	53
Tabel IV.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi	54
Tabel IV.14 Hasil Uji t.....	55
Tabel IV.15 Hasil Uji F.....	56

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar II.1 Kerangka Pikir.....	29
Gambar IV.1 Struktur Organisasi Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat.....	46

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

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 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 nasabah 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.¹

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

¹ Yelli Trisusanti, "Pengaruh Kualitas pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas

menyebabkan pengalihan perilaku.² 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 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.

Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat sebagai salah satu pelaku usaha dalam industri perbankan tidak lepas dari fenomena perubahan yang timbul dari intensitas persaingan untuk mendapatkan hati nasabah mereka. Saat ini perilaku nasabah bank di Indonesia makin tidak mudah ditebak, ada nasabah yang menginginkan bagi hasil yang adil bagi dirinya, biaya administrasi yang rendah dan ada pula nasabah yang menginginkan transaksi keuangan yang cepat, efisien, nyaman dan mudah dalam pengaksesannya, kapanpun, dan

² Harry Susanto & Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Pustaka Setia, 2013), hlm. 286.

dimanapun. Nasabah yang memilih untuk berhenti menabung dapat diartikan sebagai ketidakloyalan terhadap jasa bank.³

Tabel I.1
Data Jumlah Nasabah Tabungan Pasif pada PT. Bank Sumut
KCP Syariah Rantauprapat

Tahun	Jumlah Nasabah Tabungan yang Pasif
2017	20
2018	12
2019	30
2020	48
2021	50

Sumber: *Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat*

Berdasarkan tabel I.1 dapat dilihat bahwa jumlah nasabah tabungan yang pasif pada Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat mengalami peningkatan setiap tahunnya. Dimana pada tahun 2018 jumlah nasabah yang pasif sempat mengalami penurunan yaitu berjumlah 12 nasabah, pada tahun 2019 terjadi kenaikan yang berjumlah 30 nasabah, lalu pada tahun 2020 jumlah nasabah tabungan yang pasif terus meningkat hingga berjumlah 48 nasabah dan begitu pula pada tahun 2021 jumlah nasabah tabungan yang pasif masih saja terus meningkat yaitu berjumlah 50 nasabah.⁴

Pada Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat nilai-nilai syariah sudah diterapkan sesuai dengan prinsip Bank Sumut Syariah namun tidak semua

³ Dini Novia Safitri, "Faktor Penyebab Nasabah Menutup Rekening Tabungan Faedah (Studi Kasus Bank BRI Syariah KCP Bandar Jaya)," *Institut Agama Islam Negeri Metro*, 2020.

⁴ Asyro Muhari Putra Tama, Wawancara di Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat, 14 Maret 2022 Pukul 15.00 WIB.

masyarakat memutuskan untuk tetap berkomitmen menabung sehingga tingkat pertumbuhan nasabah tetap tidak berkembang. Diminati atau tidaknya suatu lembaga keuangan sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor yang bersifat psikologis yang menyangkut aspek-aspek sikap, perilaku dan selera. Akan tetapi bukan hanya faktor psikologis saja, ada banyak faktor yang memengaruhi kelayakitasan nasabah diantaranya yaitu kualitas pelayanan, kepercayaan dan kualitas produk. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat menerapkan strategi yang tepat untuk mempertahankan nasabah agar tetap loyal kepada Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat.⁵

Kualitas pelayanan adalah suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan agar dapat bertahan dan tetap mendapat kepercayaan nasabah.⁶ 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.

Kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah sangat menentukan loyalitas nasabah kepada Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat. Pelayanan yang baik, nyaman dan aman sangat berpengaruh untuk membuat nasabah loyal kepada Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat dan melakukan transaksi terus menerus. Kualitas pelayanan terhadap nasabah juga hal yang terpenting

⁵ Surya Juliadi Siregar, Account Officer, Wawancara di Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat, 24 Maret 2022 Pukul 15.30 WIB.

⁶ Rahmad Lupiyoadi & Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2013), hlm. 181.

dalam upaya meningkatkan kepuasan nasabah karena peranan nasabah sangat besar dalam kontribusi pendapatan secara langsung maupun tidak langsung untuk mendukung perusahaan.

Hal ini menjadi alasan yang kuat untuk memperoleh kualitas pelayanan, karena nasabah masih mengeluh atas pelayanan yang diberikan bank, misalnya dalam hal antrian seringkali nasabah mengeluh dan menilai bahwa pelayanan yang dilakukan bank kurang cepat, padahal bank tersebut sudah berupaya memberikan pelayanan yang sesuai keinginan nasabah sehingga perlu diketahui oleh pihak bank hal-hal apa sajakah yang dikeluhkan nasabah dari pelayanan yang diberikan oleh bank.⁷

Kepercayaan merupakan faktor tidak mudah untuk dikelola karena ia diperoleh apabila bank bisa membuktikan dirinya sebagai bank yang sehat melalui kemampuan ganda yang dimilikinya yaitu sebagai penyedia likuiditas dan penyanggah dana bagi penyediaan aset jangka panjang. Sebagai penyedia likuiditas, bank harus mampu menyediakan dana bagi nasabah penyimpan setiap saat, dengan catatan penarikan dana yang dilakukan oleh nasabah penyimpan secara bersamaan. Selain itu jika nasabah secara bersamaan menarik dananya, maka bank terpaksa mencairkan aset tidak likuid mereka yang biasanya dengan harga dibawah harga pasar sehingga menyebabkan kebangkrutan bank dan juga kejadian ini membuat para nasabah menjadi panik sehingga rasa kepercayaan mereka kepada pihak bank berkurang.

⁷Surya Juliadi Siregar, Account Officer, Wawancara di Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat, 20 April 2022 Pukul 11.30 WIB.

Pentingnya kepercayaan masyarakat terhadap bank telah menciptakan hubungan kepercayaan antara bank dan nasabah menjadi penting, hal ini terjadi karena bank memiliki status yang unik ditengah masyarakat, juga menempati posisi khusus sebagai tempat yang aman dalam menjalankan kegiatan usahanya.⁸

Nasabah melakukan transaksi yang bebas dari riba dan aman secara syariah. Sistem syariah menggunakan produk yang berlandaskan bagi hasil dan jual beli yang diharapkan akan menguntungkan secara ekonomis bagi pemilik perusahaan maupun terhadap nasabah yang memanfaatkan produknya. Hal ini juga akan mampu memajukan kepercayaan serta mengurangi resiko kerugian baik bagi nasabah maupun perusahaan tersebut. Namun untuk membangun kepercayaan membutuhkan waktu yang lama dan hanya dapat berkembang setelah pertemuan yang secara berulang kali dilakukan dengan nasabah. Kepercayaan dapat berkembang setelah seorang nasabah mengambil resiko dalam berhubungan dengan bank, dikarenakan hubungan dapat dipercaya akan lebih mungkin terjadi dalam sektor industri terutama yang melibatkan pengambilan risiko oleh nasabah dalam jangka pendek atau membutuhkan obligasi jangka panjang.⁹

Faktor lain yang menjadi pertimbangan dalam menentukan nasabah berhenti menabung adalah kualitas produk, dikarenakan untuk membangkitkan kelayaitasan nasabah tentu bank harus meningkatkan kualitas produk dari segi

⁸ Sulistyandari, "Hukum Perbankan: Perlindungan Hukum Terhadap Nasabah Menyimpan Melalui Pengawasan Perbankan Di Indonesia," *Jurnal Hukum Kenotarian* Vol. 4 No. 2 (2019).

⁹ Andry Dwi Syahputra, Pimpinan Operasional Capem, Wawancara di Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat, 20 April 2022 Pukul 11. 45 WIB.

kehandalan, karakteristik produk dan kesesuaian dengan spesifikasi. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat pastinya akan memberikan yang terbaik untuk nasabahnya dengan kata lain harus dapat meningkatkan nilai terhadap nasabah dengan cara menghasilkan produk yang berkualitas, memiliki keunggulan, serta produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabah.

Produk yang ditawarkan oleh Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat tentunya memiliki keunggulan dan kelemahan. Bank Sumut Syariah memiliki kelebihan yang dimana transaksi dapat menggunakan fitur data dan sms. Untuk kelemahannya, ada pada kartu debit yang di keluarkan oleh Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat, yaitu transaksi harus sesuai dengan *merchant* bank. Berhubung masih sedikitnya yang menggunakan mesin EDC untuk transaksi kartu debit pada Bank Sumut Syariah, mengakibatkan tidak adanya potongan – potongan harga apabila menggunakan kartu debit Bank Sumut Syariah.¹⁰

Kelemahan produk ini bisa menjadi acuan untuk Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat dalam meningkatkan kualitas produknya agar dapat bersaing dengan bank syariah lainnya maupun bank konvensional. Semakin mudah produk tersebut digunakan dapat mempertahankan nasabah untuk terus menabung dan memberikan kepuasan kepada nasabah.

Hasil penelitian terdahulu membuktikan bahwa ada keterkaitan antara kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah. Dimana membuktikan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh secara

¹⁰ Andry Dwi Syahputra, Pimpinan Operasional Capem, Wawancara di Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat, 21 April 2022 Pukul 14.00 WIB.

simultan terhadap loyalitas nasabah.¹¹ Lain halnya dengan penelitian lain menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh langsung terhadap loyalitas nasabah.¹²

Hasil penelitian terdahulu membuktikan bahwa ada keterkaitan antara kualitas produk terhadap loyalitas nasabah. Dimana membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas nasabah.¹³

Atas dasar latar belakang masalah tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“Faktor-Faktor yang Memengaruhi Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat.**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat di identifikasikan masalah sebagai berikut:

1. Tingginya angka penutupan rekening tabungan pada tahun 2019, 2020 dan 2021
2. Pelayanan yang kurang memuaskan di PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat
3. Kepercayaan sudah diterapkan bebas dari sisa riba namun keputusan nasabah menutup rekening tabungan terus meningkat

¹¹ Nik Amah & Septi Hendriana, “Determinan Loyalitas Nasabah (Studi Pada Bank Syariah Di Kota Madiun),” *Akuntansi dan pendidikan* 13, No. 1 (Oktober 2016): hlm. 161.

¹² Ria Oktovia, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Index Lampung,” *Manajemen Pemasaran* 13, No. 1 (April 2019): hlm. 35.

¹³ Caesar Andreas dan Tri Yuniati, “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening,” *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)* 5 (5) (2016).

4. Kualitas produk sudah baik tetapi masih ada beberapa kekurangan dari kualitas produk tersebut.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas maka yang menjadi batasan masalah dalam penelitian ini yaitu kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kualitas produk terhadap kelayakan nasabah tabungan pasif. Penelitian ini hanya dilakukan pada nasabah pasif PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapt periode 2017-2021.

D. Definisi Operasional Variabel

Variabel merupakan objek penelitian atau yang menjadi titik pembahasan suatu penelitian. Sedangkan definisi operasional variabel adalah suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik variabel tersebut yang dapat diamati. Dimana dalam penelitian ini terdapat tiga variabel bebas dan satu variabel terikat. Definisi operasional variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Tabel I.2
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Defenisi Operasional	Indikator/Kisi-kisi	Skala
Kualitas pelayanan (x_1)	Kualitas pelayanan adalah kemampuan dari suatu perusahaan dalam hal memberikan pelayanan yang memberikan dampak langsung terhadap kepuasan nasabah.	1. Bukti fisik 2. Empati 3. Jaminan dan kepastian 4. Ketanggapan 5. Kehandalan	Ordinal

Kualitas Produk (x_2)	Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya meliputi keawetan, kehandalan, kemudahan penggunaan dan perbaikannya, dan sifat lainnya.	1. Kehandalan 2. Karakteristik produk 3. Kesesuaian dengan spesifikasi	Ordinal
Kepercayaan (x_3)	Kepercayaan adalah keinginan dalam hubungan kerjasama antar bank dan nasabah, dan kerjasama tersebut dapat menguntungkan nasabah dan pihak bank, serta tidak merugikan keduanya.	1. Kejujuran 2. Kemampuan bank 3. Pelayanan yang baik 4. penyimpanan	Ordinal
Loyalitas Nasabah (y)	Loyalitas nasabah merupakan kesetiaan nasabah terhadap suatu perusahaan untuk melakukan pembelian produk secara berulang kali sehingga dikatakan nasabah yang loyal.	1. Melakukan pembelian berulang secara teratur 2. Melakukan pembelian diluar garis produk atau jasa 3. Merekomendasikan produk 4. Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing	Ordinal

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dipaparkan di atas, maka Rumusan masalah yang diteliti adalah :

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah tabungan pasif pada PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapt?

2. Apakah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas nasabah tabungan pasif pada PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat?
3. Apakah terdapat pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah tabungan pasif pada PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat?
4. Apakah terdapat pengaruh yang simultan antara kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah tabungan pasif pada PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat?

F. Tujuan Masalah

Adapun tujuan penelitian yang dilakukan yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah tabungan pasif pada PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas nasabah tabungan pasif pada PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah tabungan pasif pada PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat.
4. Untuk mengetahui pengaruh yang simultan antara kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah tabungan pasif pada PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat.

G. Manfaat Penelitian

Adapun hasil penelitian ini secara umum diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi masyarakat luas, dan khususnya kepada:

1. Bagi Peneliti

- a. Sebagai persyaratan guna menyelesaikan tugas akhir mahasiswa untuk memperoleh gelar strata (S1) program studi Perbankan Syariah di IAIN Padangsidimpuan.
- b. Sebagai media pembelajaran dalam mengaplikasikan teori-teori yang telah didapat selama kuliah serta untuk menambah wawasan peneliti.

2. Bagi Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan bagi Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat dalam evaluasi langkah-langkah ke depan yang akan dilakukan sebagai tindak lanjut dari loyalitas nasabah tabungan

3. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi dan masukan bagi penulis yang akan datang dalam pelaksanaan penelitian selanjutnya dan Sebagai penambah, pelengkap sekaligus pembanding hasil-hasil penelitian menyangkut topik yang sama.

H. Sistematika Pembahasan

Penelitian ini dilakukan dengan mengikuti sistematika pembahasan guna untuk mempermudah peneliti dalam menyusun skripsi, maka peneliti mengklasifikasikannya menjadi lima bab sebagai berikut:

1. Bab I Pendahuluan yang di dalamnya menjelaskan Latar Belakang Masalah,, Identifikasi Masalah, Batasan Masalah, defenisi operasional variabel,Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian dan Sitematika Pembahasan.

2. Bab II Landasan Teori yang didalamnya membahas pengertian Loyalitas, pengertian Tabungan Bank Syariah, Pengertian Nasabah, Macam-macam Nasabah, Pengertian Kualitas Pelayanan, Pengertian Kepercayaan, Pengertian Kualitas Produk, Faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas, Penelitian terdahulu, kerangka pikir, serta hipotesis yang merupakan jawaban sementara terhadap masalah penelitian berdasarkan hasil kajian teori.
3. Bab III Metodologi Penelitian di dalamnya terdiri dari lokasi penelitian dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel penelitian, jenis dan sumber data, instrumen pengumpulan data, dan analisis data.
4. Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan yang membahas tentang gambaran umum mengenai loyalitas nasabah tabungan pasif pada PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat.
5. Bab V Penutup yang terdiri terdiri dari kesimpulan dan saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Loyalitas Nasabah

1. 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 terhadap suatu merek toko atau pemasok, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten.¹⁴ Loyalitas pelanggan berkaitan dengan hubungan antara perusahaan dan pelanggan. Loyalitas pelanggan termasuk sikap dimana penilaian pelanggan dan perasaan tentang suatu produk, pelayanan, hubungan, merek, atau perusahaan terkait pembelian berulang. Loyalitas pelanggan adalah kesetiaan nasabah untuk terus menerus menggunakan produk yang sama dari suatu perusahaan.

¹⁴ Etta Mamang Sangadji, *Perilaku Konsumen* (Yogyakarta: Andi Offset, 2013), hlm. 24.

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.

2. Indikator Loyalitas Nasabah

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.

Adapun indikator loyalitas nasabah yaitu sebagai berikut:¹⁵

- a. Melakukan pembelian ulang secara teratur (*Makes Regular Factor Purchase*)
- b. Melakukan pembelian diluar garis produk/ jasa (*Purchase across product and service line*)
- c. Merekomendasikan produk lain (*Refers Other*)

¹⁵ Lili Suryati, *Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019), hlm. 49.

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

3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah

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

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

b. Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk atau jasa yang ia rasakan dengan harapannya.¹⁶ 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.

¹⁶ Susanto & Khaerul Umam, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, hlm. 39.

c. 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.

d. Kepercayaan Nasabah

Kepercayaan merupakan harapan umum yang dimiliki seseorang bahwa kata-kata yang diberikan oleh suatu perusahaan dapat diandalkan. Kepercayaan merupakan salah satu yang sangat penting bagi sebuah komitmen atau janji, dan komitmen hanya dapat direalisasikan jika suatu saat berarti.

e. Komitmen Nasabah

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

f. Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan keseluruhan ciri serta sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan yang dinyatakan maupun yang tersirat.

B. Pengertian Nasabah

Pengertian nasabah menurut Undang-Undang Perbankan Syariah No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank syariah dan atau Unit Usaha Syariah. Nasabah dapat didefinisikan sebagai orang atau badan hukum yang mempunyai rekening baik rekening simpanan atau pinjaman pada pihak bank. Sehingga nasabah merupakan orang yang biasa berhubungan dengan atau menjadi pelanggan bank.¹⁷

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa nasabah adalah individu atau badan usaha yang mempunyai rekening simpanan atau pinjaman dan menggunakan jasa bank untuk bertransaksi.

1. Macam-Macam Nasabah

Dalam Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang Perubahan Atas Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan, nasabah dibagi menjadi 2, yaitu:

- a. Nasabah penyimpan adalah nasabah yang menempatkan dananya di bank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.¹⁸
- b. Nasabah debitur adalah nasabah yang mendapatkan fasilitas kredit atau pembiayaan dengan prinsip syariah atau yang dipersamakan dengan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.¹⁹

¹⁷ M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 189.

¹⁸ Pasal 1 ayat (17) Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan Atas Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan.

C. Kualitas pelayanan

1. Pengertian Kualitas pelayanan

Kualitas berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan yang saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan.²⁰ Pelayanan adalah kegiatan memberikan pelayanan kepada nasabah. Pelayanan yang baik dilakukan dengan cara ramah, adil, cepat, tamah, dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi nasabah tersebut.

Menurut Moenir, mengemukakan bahwa pelaksanaan pelayanan dapat diukur, oleh karena itu dapat ditetapkan standar yang baik dalam hal waktu yang diperlukan maupun hasilnya. Dengan adanya standar manajemen dapat merencanakan, melaksanakan, mengawasi dan mengevaluasi kegiatan pelayanan, agar supaya hasil akhir memuaskan pada pihak-pihak yang mendapatkan pelayanan.²¹

Kualitas pelayanan diartikan sebagai pemahaman pihak bank akan kebutuhan/perasaan dan keluangan waktu agar dapat melayani permintaan nasabah dengan cepat. Misalnya seorang nasabah berurusan pada karyawan bank berarti karyawan harus memberikan pelayanan dengan jadwal yang telah ditentukan, nasabah harus mendapatkan

¹⁹ Pasal 1 ayat (18) Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan Atas Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan.

²⁰ Daryanto Ismanto Setyobudi, *Konsumen Dan Pelayanan Prima* (Yogyakarta: Gava Media, 2014), hlm. 134.

²¹ Kamaruddin Sellang, Dkk, *Strategi dalam Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik Dimensi, Konsep, Indikator dan Implementasinya* (Jakarta: Qiara Media, 2019), hlm. 18.

kejelasan informasi penyampaian jasa yang ada pada bank dan karyawan harus bersedia dalam membantu kesulitan yang dihadapi nasabah agar nasabah merasa aman selama berhubungan pada bank.²²

Sebagaimana dalam Qur'an Surah Al-anfal ayat 27 yaitu:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا أَمْنَتِكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul (Muhammad) dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui.*²³

Konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa di larang memberikan hal uang buruk atau tidak berkualitas. Kualitas pelayanan yang baik akan menimbulkan kepercayaan konsumen terhadap lembaga-lembaga penyedia layanan jasa. Kepercayaan yang diberikan konsumen terhadap lembaga merupakan sebuah amanat, apabila amanat tersebut disia-siakan akan berdampak pada ketidakberhasilan lembaga dalam memberikan pelayanan kepada konsumen.

Allah menyeru kaum muslimin agar mereka tidak mengkhianati Allah dan Rasul-Nya, yaitu mengabaikan kewajiban-kewajiban yang harus mereka laksanakan, melanggar larangan-larangan-Nya, yang telah

²² Kurniati Karim, *Aspek Kepuasan Nasabah Berdasarkan Kualitas Jasa Perbankan* (Surabaya: CV. Jakad Media Publishing, 2020), hlm. 120-122.

²³ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Tejemahannya*, (Jakarta: Bintang Indonesia, 2011) hlm. 180.

ditentukan dan tidak mengkhianati amanat yang telah dipercayakan kepada mereka, yaitu mengkhianati segala macam urusan yang menyangkut ketertiban umat, seperti urusan pemerintahan, urusan perang, irisan perdata, urusan kemasyarakatan, dan tata tertib hidup masyarakat.²⁴

a. Indikator Kualitas Pelayanan

1. Bukti fisik yaitu kemampuan bank sarana dan prasarana fisik bank dan keadaan bagaimana dalam bank sehingga membuktikan pelayanan yang diberikan.
2. Empati yaitu memberikan perhatian yang tulus yang bersifat umum dan pribadi dan dengan cara pihak bank memberikan pemahaman sesuai yang diinginkan nasabah
3. Jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan dan kesopanan santunan dan kemampuan cara pihak pegawai bank menumbuhkan rasa percaya nasabah terhadap bank .
4. Ketanggapan yaitu cara pegawai bank memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada nasabah dengan penyampaian informasi secara jelas.
5. Keandalan yaitu kapasitas bank untuk memberikan sesuai yang dijanjikan pihak bank secara akurat dan terpercaya.²⁵

²⁴ <https://www.google.com/amp/s/Tafsiralquran.Id/Tafsir-Surah-al-Anfal-Ayat-27/Amp/>, di akses pada tanggal 18 Desember 2022

²⁵ Kadek Indri Novita Sari Putri, "Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan D&I Skin Centre Denpasar," *Fakultas Universitas Udayana*, 2013.

D. Kepercayaan

1. Pengertian Kepercayaan

Kepercayaan didefinisikan sebagai kesediaan satu pihak untuk mempercayai pihak lain, perlu diketahui kepercayaan bukanlah suatu yang ada dengan sendirinya dan hilang dengan sendirinya, akan tetapi kepercayaan ialah salah satu simpul ikatan dari beberapa tali yang saling berkaitan.²⁶ Adapun nasabah menyimpan dananya terhadap bank dan bank menghimpun dana nasabah berdasarkan kepercayaan, sehingga bank tersebut perlu menjaga kesehatan banknya dengan tetap mempertahankan dan memelihara kepercayaan masyarakat. Nasabah menyimpan uangnya dalam bank tersebut semata-mata disebabkan oleh kepercayaan nasabah bahwa uang nasabah tersebut dapat dikembalikan pada waktu yang diinginkan nasabah atau sesuai dengan yang dijanjikan bank dan disertai imbalan.

Kepercayaan juga dapat diartikan sebagai perilaku individu yang mengharapkan seseorang agar memberi manfaat positif.²⁷ Faktor kepercayaan nasabah merupakan hal terpenting, karena jika kepercayaan tidak diterapkan maka nasabah tidak akan mau menabung dananya pada bank tersebut.

Oleh karena itu nasabah akan memilih bank yang memang benar-benar dipercaya dan dapat menyimpan dana nasabah, karena kepercayaan

²⁶ Ika Yunia Faujia, *Etika Bisnis Dalam Islam* (Jakarta: Kencana Prenata Grup, 2013), hlm. 32.

²⁷ Devi Ardiyanti, *I Believe I Can (Seni Meningkatkan Kepercayaan dan Kualitas Diri)* (Yogyakarta: Scritto Books, 2022), hlm. 12.

terhadap bank menjadi sangat penting, Peningkatan jumlah nasabah tergantung bagaimana bank menerapkan kepercayaan terhadap nasabah sehingga nasabah akan merasa aman jika ingin menyimpan dananya pada bank. Perlu kita ketahui bahwa dasar dari kegiatan perbankan ialah kepercayaan, jika tidak ada kepercayaan dalam perbankan maka kegiatan bank tidak akan berjalan dengan baik. Adapun faktor yang mempengaruhi kepercayaan ialah kekuatan bahwa suatu produk memiliki atribut dan dapat didefenisikan kepercayaan masyarakat dibentuk oleh masyarakat sendiri melalui beberapa pengetahuan baik itu citra, reputasi kualitas jasa dan kekuatan yang membentuk kepercayaan.²⁸ Oleh sebab itu citra, reputasi, kualitas pelayanan adalah faktor kepercayaan nasabah pada bank. Adapun kepercayaan terdapat dalam Qur'an Surah Ali-imran ayat 75 yaitu:

﴿ وَمِنْ أَهْلِ الْكِتَابِ مَنْ إِنْ تَأْمَنَهُ بِقِنطَارٍ يُؤَدِّهِ إِلَيْكَ وَمِنْهُمْ مَنْ إِنْ تَأْمَنَهُ بِدِينَارٍ لَا يُؤَدِّهِ إِلَيْكَ إِلَّا مَا دُمْتَ عَلَيْهِ قَائِمًا ۗ ذَٰلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا لَيْسَ عَلَيْنَا فِي الْأُمِّيِّينَ سَبِيلٌ وَيَقُولُونَ عَلَى اللَّهِ الْكُذِبَ وَهُمْ يَعْلَمُونَ ﴾

Artinya: *Diantara ahli kitab ada orang yang jika kamu mempercayakan kepadanya harta yang banyak, dikembalikannya kepadamu; dan di antara mereka ada orang yang jika kamu mempercayakan kepadanya satu dinar, tidak dikembalikannya kepadamu kecuali jika kamu selalu menagihnya. yang demikian itu lantaran mereka mengatakan: "tidak ada dosa bagi Kami terhadap orang-orang ummi. Mereka berkata Dusta terhadap Allah, Padahal mereka*

²⁸ Sangadji, *Perilaku Konsumen*, hlm. 201.

*mengetahui.*²⁹

Quraish sihab berpendapat bahwa kepercayaan ialah sesuatu yang diserahkan kepada pihak lain agar terpelihara dan dikembalikan bila tiba saatnya atau bila diminta oleh pemiliknya. Itu adalah perilaku mereka dalam masalah ketuhanan. Sedang dalam urusan harta, lain lagi. Di antara mereka ada yang, jika kau amanatkan dengan satu qinthâr(1) emas atau perak, melaksanakannya tanpa berkurang sedikit pun. Ada juga yang, jika kau amanatkan satu dînâr saja, tidak melaksanakannya kecuali kalau selalu kau kontrol dan kau desak. Hal itu disebabkan karena orang semacam ini beranggapan bahwa orang selain mereka buta huruf, dan bahwa hak-hak mereka tidak terpelihara. Mereka beranggapan bahwa itu adalah ketentuan Allah, padahal mereka tahu bahwa anggapan itu hanyalah dusta belaka terhadap Allah Swt. (1) Qinthâr adalah satuan ukuran berat yang kurang lebih sama dengan 44. 928 kg.³⁰

a. Indikator Kepercayaan

1. Kejujuran yaitu perbuatan yang lurus hati, tulus dan ikhlas sehingga kejujuran diartikan sebagai sifat dalam keadaan jujur dan ketulusan.
2. Kemampuan bank yaitu kesehatan bank dalam melakukan kegiatan yang didasarkan dengan aturan perbankan secara normal dalam memenuhi kebutuhan nasabah.

²⁹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Tejemahannya*, (Jakarta: Bintang Indonesia, 2011) hlm. 59.

³⁰ <https://tafsirq.com/3-ali-imran/ayat-75#tafsir-quraish-shihab>, diakses pada tanggal 18 Desember 2022

3. Pelayanan yang baik yaitu pelayanan yang diberikan pegawai bank secara adil, ramah tamah, cepat dan tepat sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi nasabah.
4. Penyimpanan yaitu yang dibuat secara tertulis, bank wajib memberikan keterangan mengenai simpanan nasabah penyimpan pada bank yang bersangkutan.³¹

E. Kualitas Produk

1. Pengertian Kualitas Produk

Kualitas Produk merupakan penggerak kepuasan pelanggan yang pertama dan kualitas produk ini adalah dimensi yang global.³² Kualitas produk merupakan keseluruhan ciri serta sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan yang dinyatakan maupun yang tersirat.³³

Kualitas produk merupakan suatu hal yang penting dalam menentukan pemilihan suatu produk oleh konsumen. Produk yang ditawarkan haruslah suatu produk yang benar-benar teruji dengan baik mengenai kualitasnya. Karena bagi konsumen yang diutamakan adalah kualitas dari produk itu sendiri. Konsumen akan lebih menyukai dan memilih produk yang mempunyai kualitas lebih baik bila dibandingkan

³¹ Muhammad Fachmi and Ikrar Setiawan, *Strategi Meningkatkan Kepuasan Nasabah Analisis Kasus Meningkatkan Riset Di Industri Asuransi Jiwa* (Malang: CV. Pustaka Learning Center, 2020), hlm. 97.

³² Destika Primasari, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Tabungan IB Hasanah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BNI Syariah KCP Ungaran," *Institut Agama Islam Negeri Salatiga*, 2016, hlm. 22.

³³ Philip Kotler and Gary Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi 13 (Jakarta: Erlangga, 2012), hlm. 73.

dengan produk lain sejenis yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

a. Indikator Kualitas Produk

1. *Performance* (kinerja), berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk. Kinerja merupakan karakteristik atau fungsi utama suatu produk. Ini merupakan manfaat atau khasiat utama produk yang kita beli. Biasanya ini menjadi pertimbangan pertama kita membeli produk.
2. *Durability* (daya tahan), yang berarti berapa lama atau umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian konsumen terhadap produk maka semakin besar pula daya tahan produk.
3. *Conformance to specifications* (Kesesuaian dengan spesifikasi), yaitu sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditemukannya cacat pada produk.
4. *Features* (fitur) adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan terhadap produk. Dimensi fitur merupakan karakteristik atau ciri-ciri tambahan yang melengkapi manfaat dasar suatu produk. Fitur bersifat pilihan atau option bagi konsumen. Kalau manfaat utama sudah standar, fitur seringkali ditambahkan. Idenya, fitur bisa meningkatkan kualitas produk kalau pesaing tidak memiliki.

5. *Reliability* (reliabilitas) adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan.
6. *Aesthetics* (estetika), berhubungan dengan bagaimana penampilan produk bisa dilihat dari tampak, rasa, bau, dan bentuk dari produk.
7. *Perceived quality* (kesan kualitas), sering dibidang merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti atau kekurangan informasi atas produk yang bersangkutan. Jadi, persepsi konsumen terhadap produk didapat dari harga, merk, periklanan, reputasi, dan negara asal.³⁴

F. Penelitian Terdahulu

Berikut ini adalah penelitian terdahulu mengenai Faktor-faktor keputusan nasabah menutup rekening tabungan:

Tabel II.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Yusniya. Skripsi Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan (2021)	Determinan Loyalitas Nasabah pada PT. Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan	Adanya pengaruh yang signifikan dari Kualitas Pelayanan (X1), Kepuasan Nasabah (X2), dan Citra Perusahaan (X3) terhadap loyalitas nasabah pada PT. Pegadaian Cabang

³⁴ Primasari, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Tabungan IB Hasanah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BNI Syariah KCP Ungaran," hlm. 23.

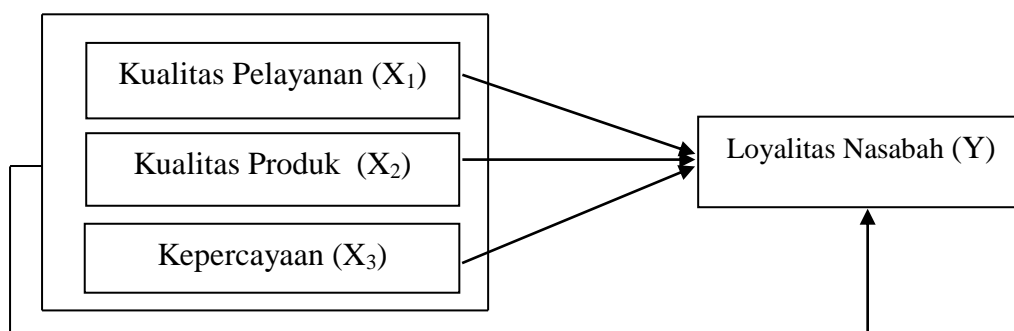
			Syariah Alaman Bolak Padangsidempuan.
2	Nur Ainun, Alim Murtani. Jurnal Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis 1 (2020)	Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia. Tbk Cabang Balai Kota Medan	Secara parsial citra perusahaan, kepercayaan dan komitmen berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Muamalat Indonesia. Tbk Cabang Balai Kota Medan sedangkan kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.
3	Ria Octavia. Jurnal Manajemen Pemasaran (2019)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Index Lampung	Adanya pengaruh yang signifikan dari Kualitas Pelayanan Kepuasan Nasabah (X2), terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Index Lampung.
4	Hendri Gunawan. Skripsi IAIN Tulungagung (2019)	Pengaruh Religiusitas, Kepercayaan, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Menabung di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri	Secara parsial religiusitas, kepercayaan, kualitas pelayanan, dan kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah menabung di Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Kediri
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 dankepuasaan nasabah memiliki pengaruh secara bersama- sama terhadap loyalitas nasabah.
6	Latifa Usla Batubara. Skripsi IAIN Padangsidempuan	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Sahabat	Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap

	(2019)	Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Cabang Padangsidempuan	loyalitas nasabah
7	Dewi Setyowati. Skripsi IAIN Salatiga (2018)	Determinan Loyalitas Nasabah di Bank Syariah dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus 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.

G. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting.³⁵ Berdasarkan tinjauan pustaka dan penelitian terdahulu, maka dapat disusun suatu kerangka pemikiran dalam penelitian ini seperti yang disajikan dalam gambar berikut:

Gambar II.1
Kerangka Berpikir



³⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R & D* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 88.

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

H. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pernyataan.³⁶ Hipotesis dalam penelitian kuantitatif dapat berupa hipotesis satu variabel dan dua variabel atau lebih yang dikenal sebagai hipotesis klasual.³⁷ Adapun rumusan hipotesis dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

- H₁ : Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah tabungan pasif pada PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat
- H₀ : Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah tabungan pasif pada PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat
- H₂ : Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas nasabah tabungan pasif pada PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat
- H₀ : Tidak terdapat pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas nasabah tabungan pasif pada PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat

³⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, hlm. 93.

³⁷ Moh. Nazir, *Metode Penelitian* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2017), hlm. 132.

- H₃ : Terdapat pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah tabungan pasif pada PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat
- H₀ : Tidak terdapat pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah tabungan pasif pada PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat
- H₄ : Terdapat pengaruh yang silmutan antara kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah tabungan pasif pada PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat
- H₀ : Tidak terdapat pengaruh yang silmutan antara kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah tabungan pasif pada PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat di Jl. Ahmad Yani No. 137 F Kel. Bakaran Batu Kec. Rantau Selatan. Waktu penelitian dimulai dari tanggal 10 Januari 2022 sampai dengan 5 Desember 2022.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif yang menekankan pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik dengan pendekatan dedutif yang bertujuan untuk menguji hipotesis.³⁸

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, dan kemudian ditarik kesimpulannya.³⁹ Berdasarkan pengertian tersebut dapat disimpulkan populasi adalah kumpulan dari keseluruhan pengukuran, objek, atau individu yang sedang dikaji. Jadi, pengertian populasi dalam statistik tidak terbatas pada sekelompok/kumpulan orang-orang, namun

³⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm.7.

³⁹ Lijian Poltak Sinambela, *Metodologi Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), hlm. 94.

mengacu pada seluruh ukuran, hitungan, atau kualitas yang menjadi fokus perhatian suatu kajian. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah tabungan pasif PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat pada Tahun 2017-2021 berjumlah 160 nasabah.

2. Sampel

Sampel merupakan suatu bagian (subset) dari populasi. Hal ini mencakup sejumlah anggota yang dipilih dari populasi. Dengan demikian, sebagian elemen dari populasi merupakan sampel.⁴⁰ Informasi dari sampel yang baik akan mencerminkan informasi dari keseluruhan populasi. Taro Yamane menyajikan rumus sederhana untuk menghitung sampel yakni.⁴¹

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

Keterangan: n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Tingkat ketelitian

Jadi pengambilan sampel dapat dilihat pada perhitungan berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{160}{1+(160 \cdot (0,1)^2)} \\ &= \frac{160}{2,6} \\ &= 61 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut maka sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 61 orang. Adapun teknik pengambilan sampel yang

⁴⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, hlm 8.

⁴¹ Ardat Ahmad, *Biostatistik* (Jakarta: Prenada Media, 2021), hlm. 54.

digunakan yaitu *Purposive sampling*. Dimana *Purposive sampling* adalah metode pengambilan sampel berdasarkan kriteria yang ditentukan agar memperoleh data yang di inginkan.⁴²

D. Sumber Data Penelitian

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

1. Data primer adalah sumber bahan atau dokumen yang dikemukakan atau digambarkan sendiri oleh orang atau pihak pada waktu kejadian berlangsung, sehingga mereka dapat dijadikan saksi.⁴³ Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah tanggapan responden yang diperoleh melalui nasabah tabungan pasif PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat.
2. Data sekunder adalah data yang diproses oleh pihak tertentu sehingga data tersebut sudah tersedia saat kita memerlukan.⁴⁴ Untuk penelitian ini data sekunder diperoleh dari dokumen, laporan, buku, jurnal penelitian, dan artikel yang masih berkaitan dengan materi yang sedang peneliti lakukan.

E. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen pengumpulan data yaitu alat yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Alat penelitian yang digunakan adalah:

1. Wawancara

⁴² Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, hlm. 85.

⁴³ Sugiyono, *Statistik Untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 60.

⁴⁴ Suwono Jonatan, *Metode Riset Skripsi Kuantitatif Menggunakan Prosedur SPSS* (Jakarta: PT Elex Media Komputind, 2012), hlm. 37.

Wawancara yaitu salah satu dari beberapa teknik dalam mengumpulkan informasi atau data, serta memperoleh keterangan dalam hal tujuan penelitian dengan cara tanya jawab secara berhadapan antara penanya dan pewawancara yang akan menjawab. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data dan ingin mengetahui hal-hal dari responden.⁴⁵

2. Angket

Angket (Kuesioner) merupakan daftar pertanyaan tertulis yang telah dirumuskan sebelumnya yang akan responden jawab, biasanya dalam alternatif yang didefinisikan dengan jelas. Angket merupakan suatu mekanisme pengumpulan data yang efisien jika peneliti mengetahui dengan tepat apa yang diperlukan dan bagaimana mengukur variabel penelitian. Kelebihan teknik angket (kuisisioner) yaitu peneliti memperoleh data secara lebih efisien dalam hal waktu, energi, dan biaya peneliti.⁴⁶

Kuisisioner yang dipakai pada penelitian ini telah menyediakan jawaban dan pengukurannya menggunakan skala likert, yaitu merupakan skala yang berisi lima tingkat preferensi jawaban, dengan pilihan jawaban sebagai berikut:⁴⁷

⁴⁵ Fandi Rosi Sarwo Edi, *Teori Wawancara Psikodiagnostik* (Yogyakarta: Leutika Prio, 2016), hlm. 3.

⁴⁶ Ananta Wikrama dkk Tungga A, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), hlm. 72.

⁴⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, hlm. 134.

Tabel II.1
Penetapan Skor atas Jawaban Kuisisioner

Pernyataan Positif	Pernyataan Negatif
1 = Sangat Tidak Setuju	1 = Sangat Setuju
2 = Tidak Setuju	2 = Setuju
3 = Kurang Setuju	3 = Kurang Setuju
4 = Setuju	4 = Tidak Setuju
5 = Sangat Setuju	5 = Sangat Tidak Setuju

3. Observasi

Observasi yaitu mengadakan pengamatan langsung terhadap nasabah PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat yang menutup rekening tabungan.

F. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Uji Validitas

Validitas mengacu pada beberapa jauh suatu ukuran empiris cukup menggambarkan arti sebenarnya dari konsep yang tengah diteliti. Syarat angket dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Untuk memudahkan perhitungan peneliti menggunakan bantuan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 23. Pada program SPSS Teknik pengujian yang sering digunakan para peneliti untuk uji validitas adalah menggunakan *bivariate person* atau *corrected item total correlation* sebagai r_{hitung} dan dapat disimpulkan data tersebut dikatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$.⁴⁸

⁴⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R & D*, hlm. 350.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi atau stabilitas data dan temuan. Artinya apabila suatu penelitian dilakukan dengan alat ukur yang sama lebih dari satu kali maka hasil penelitian ini seharusnya sama dan bila tidak sama dikatakan perangkat ukur itu tidak *reliable*. Uji reabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas, dimana item yang masuk pengujian adalah pertanyaan yang dikatakan valid.⁴⁹

Uji reliabilitas dilakukan dengan menghitung *Cronbach's Alpha* dari masing-masing instrument dalam suatu variabel. Instrument yang dipakai dikatakan andal jika nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$ dan jika *Cronbach's Alpha* $< 0,60$, maka instrument yang dipakai dalam penelitian ini dapat dikatakan tidak *reliable*.

G. Teknik Analisis Data

1. Uji Normalitas

Uji normalitas perlu digunakan guna mengetahui apakah asumsi statistik parametrik terpenuhi jika data yang diuji terdistribusi maka dikatakan normal jika tidak terpenuhi jika data yang diuji terdistribusi maka dikatakan normal jika tidak terpenuhi disarankan memakai uji non parametrik. Dalam artian apakah variabel dependen dan variabel independen yang digunakan berdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual berdistribusi secara normal. Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji

⁴⁹ Syofian Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hlm. 90.

Kolmogorov-Smirnov. Untuk dapat menentukan suatu data berdistribusi normal atau tidak dilihat dari nilai signifikannya. Apabila nilai signifikan $> 0,1$, maka berdistribusi normal dan sebaliknya jika nilai signifikan $< 0,1$, maka berdistribusi tidak normal.⁵⁰

2. Uji Asumsi Klasik

a. Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang bermakna atau korelasi yang tinggi di antara variabel independen dalam model regresi. Jika ada korelasi yang tinggi di antara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu. Jika nilai *tolerance* $> 0,10$, tidak terjadi multikolinearitas, namun jika nilai *tolerance* $< 0,10$, maka terjadi multikolinearitas. Sedangkan melihat nilai VIF, yaitu jika $VIF < 10$ maka tidak terjadi multikolinearitas terhadap yang diuji. Namun, jika nilai $VIF >$ maka artinya terjadi multikolinearitas terhadap data yang diuji.⁵¹

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi di antara variabel independen dengan variabel residual (e). Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas. Uji heterokedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji glejser

⁵⁰ Slamet Riyanto and Aglis Andhita Hatmawan, *Metode Riset Penelitian Kuantitatif* (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020), hlm. 137.

⁵¹ Zarah Puspitaningtyas, *Prediksi Risiko Investasi Saham* (Yogyakarta: Griya Pandiwa, 2015), hlm. 93.

yaitu dengan menguji tingkat signifikannya. Uji ini dapat dilakukan dengan ketentuan apabila nilai signifikan antara variabel independen dengan absolut residual $< 0,1$ berarti terjadi heterokedastisitas dan apabila nilai signifikan antara variabel independen dengan absolut residual $> 0,1$ berarti tidak terjadi heterokedastisitas.⁵²

3. Analisis Linier Berganda

Analisis linier berganda adalah suatu metode statistik yang mengamati hubungan antara variabel terikat dan variabel bebas.⁵³ Adapun guna dari analisis linier berganda untuk melakukan prediksi terhadap variabel terikat.

Bentuk persamaan regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$\hat{y} = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan:

\hat{y} = Variabel terikat (keputusan menutup tabungan)

a = Konstanta

$b_1 b_2$ = Koefisien Korelasi

$X_1 X_2 X_3$ = Variabel independen (kualitas jasa, kepercayaan dan kualitas produk)

e = Error (tingkat kesalahan 10%)

⁵² Dwi Priyatno, *Belajar Cepat Olah Data Statistik Dengan SPSS* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2011), hlm. 93.

⁵³ Sugiono And Agus Susanto, *Cara Mudah Belajar SPSS Dan Lirise* (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 250.

sedangkan bentuk persamaan regresi linear berganda akan saya sesuaikan dengan judul pada variabel skripsi saya yaitu:

$$LN = \alpha + b_1 KP + b_2 KPR + b_3 K + e$$

Keterangan:

LN = Loyalitas Nasabah

α = Konstanta

$b_1 b_2 b_3$ = Koefisien regresi variabel independen

KP = Kualitas Pelayanan

KPR = Kualitas Produk

K = Kepercayaan

e = Standar error

4. Uji Hipotesis

a. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur tingkat kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen. Koefisien determinasi merupakan ukuran (besaran) untuk menyatakan tingkat kekuatan hubungan dalam bentuk persen.⁵⁴ Nilai R^2 sebesar 1, berarti pengaruh variabel dependen seluruhnya dapat di jelaskan oleh variabel independen dan tidak ada faktor lain yang menyebabkan pengaruh independen. Jika nilai *Adjusted* R^2 berkisar antara 0 sampai dengan 1, berarti semakin kuat kemampuan variabel independen dapat

⁵⁴ Indra Suhendra and Rah Adi Fahmi Ginaniar, *Distribusi Pendapatan Konteks Provinsi Di Indonesia* (Bandung: CV Media Indonesia, 2021), hlm. 73.

menjelaskan pengaruh variabel dependen.⁵⁵

b. Uji Secara Parsial

Uji t adalah uji yang menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual (parsial) dalam menerangkan variasi variabel terikat. Dalam uji t adalah sebagai berikut:⁵⁶

1. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka hipotesis diterima, artinya ada pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah tabungan pasif pada PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat .
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka hipotesis ditolak, artinya tidak ada pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah tabungan pasif pada PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat.

c. Uji Secara Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, kepercayaan yang digunakan yaitu 0,1. Apabila nilai F_{hitung} perhitungannya lebih besar daripada nilai F_{tabel} secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen. Adapun ketentuan dalam uji ini adalah:

⁵⁵ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM APSS 23*, Edisi 8 (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016), hlm. 95.

⁵⁶ Mudrajat Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2017), hlm. 238.

1. Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima H_a ditolak.
2. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.⁵⁷

Dengan mmerumuskan hipotesis sebagai berikut:

H_0 = Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah tabungan pasif pada PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat.

H_a = Terdapat pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah tabungan pasif pada PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat.

⁵⁷ Muhajir Nasir, *Statistik Pendidikan* (Yogyakarta: Media Akamedia, 2016), hlm. 85.

BAB IV

PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum

1. Sejarah PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat

Bank Pembangunan Daerah Sumatera Utara didirikan pada tanggal 4 Nopember 1961 dengan sebutan BPSU. Sesuai dengan ketentuan Pokok Bank Pembangunan Daerah Tingkat I Sumatera Utara maka pada tahun 1962 bentuk usaha dirubah menjadi Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) dengan modal dasar pada saat itu sebesar Rp100.000.000,00 dengan sahamnya dimiliki oleh Pemerintah Daerah Tingkat I Sumatera Utara dan Pemerintah Daerah Tingkat II se Sumatera Utara.

Pada tahun 1999, bentuk hukum BPDSU dirubah menjadi Perseroan Terbatas dengan nama PT. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Utara atau disingkat PT. Bank Sumut yang berkedudukan dan berkantor pusat di Medan, JL. Imam Bonjol No. 18 Medan. Modal dasar pada saat itu menjadi Rp4.000.000.000,00 yang selanjutnya dengan pertimbangan kebutuhan proyeksi pertumbuhan Bank, di tahun yang sama modal dasar kembali ditingkatkan menjadi Rp5.000.000.000,00.

Kebijakan dan gagasan untuk mendirikan Unit Usaha Syariah didasari dengan tingginya minat masyarakat di Sumatera Utara untuk mendapatkan layanan berbasis syariah dan telah berkembang cukup lama di kalangan Bank Sumut. Trutama sejak dikeluarkannya UU No. tahun 1998 yang memberi peluang bagi Bank Konvensional untuk mendirikan

Unit Usaha Syariah , karena akibat krisis moneter pada tahun 1987. Selain Bank umum yang membuka divisi usaha syariah Bank konvensional seperti Bank Sumut juga berperan didalamnya untuk membuka unit/divisi usaha syariah.

Pendirian unit usaha syariah juga didasarkan pada kultur masyarakat Sumatera utara yang amat religious, khususnya umat Islam yang semakin sadar akan pentingnya menjalankan ajaran dalam aspek kehidupan terutama dalam kajian ekonomi. Komitmen untuk mendirikan Unit Usaha Syariah semakin menguat dengan seiring keluarnya Fatwa MUI itu akan sangat mendorong masyarakat muslim untuk mendapatkan layanan jasa perbankan berdasarkan prinsip-prinsip syariah.

Hasil survei yang dilakukan di delapan kota di Sumatera Utara menunjukkan minat masyarakat terhadap pelayanan Bank cukup tinggi yakni 70% untuk tingkat keterkaitan dan lebih dari 50% untuk keinginan mendapatkan pelayanan Perbankan Syariah.

Atas dasar itulah akhirnya pada tanggal 04 November 2004 PT. Bank Sumut membuat Unit Usaha Syariah dengan 2 Kantor Cabang Syariah (KCSy), yaitu Kantor Cabang Syariah Medan dan Padangsidimpuan. Kemudian pada tanggal 26 Desember 2005 juga dibuka Kantor Cabang Syariah Tebing Tinggi dilanjutkan dengan Kantor Cabang Syariah Stabat pada tanggal 26 Desember 2006. Selanjutnya pada tahun 2007, Bank Sumut telah membuka layanan syariah (Officer Channeling) pada 66 unit kantor cabang konvensional yang lain.

PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat resmi dibuka pada tanggal 31 Desember 2011 berdasarkan SK Direksi PT. Bank Sumut No. 892/Dit/DPR-pp/SK/2011 tanggal 29 Desember 2011 perihal pembukaan Kantor Cabang Pembantu Syariah Rantauprapat, KCP ini merupakan kelas III.

a. Visi :

Menjadi bank andalan untuk membantu dan mendorong pertumbuhan perekonomian dan pembangunan daerah di segala bidang serta sebagai salah satu sumber pendapatan daerah dalam rangka peningkatan taraf hidup rakyat.

b. Misi :

Mengelola dana pemerintah dan masyarakat secara professional yang didasarkan pada prinsip-prinsip *compliance*.

2. Ruang Lingkup Bidang Usaha PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat

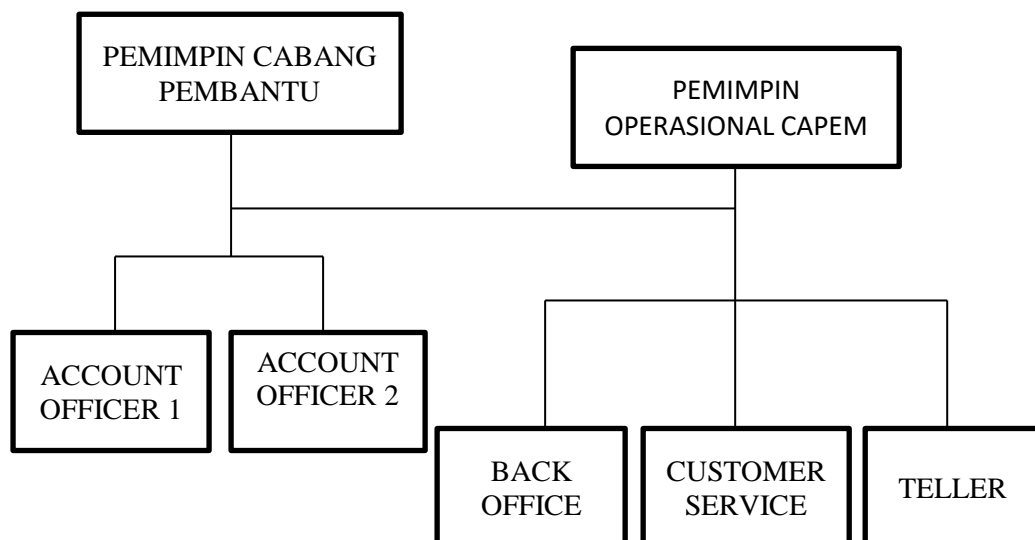
Perbankan syariah beroperasi sesuai dengan prinsip syariah yang berdasarkan sumber-sumber hukum Islam. Sumber-sumber hukum Islam ada lima yang terdiri dari atas sumber hukum primer dan hukum skunder. Sumber hukum primer adalah Al-Qur'an dan Hadits, dan sumber hukum yang skunder adalah ijma' yaitu konsesus para ulama, qiyas yaitu penalaran secara analogis, dan ijtihad yaitu penalaran hukum secara mandiri.

Pada sistem operasional Bank Sumut Syariah Rantauprapat pemilik dana menanamkan uangnya di Bank tidak dengan motif pendapatan uang, tapi dalam rangka mendapatkan bagi hasil. Dana nasabah tersebut kemudian disalurkan kepada mereka yang membutuhkan dana dalam bentuk modal usaha, dengan perjanjian yang telah di sepakati antara PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat.

3. Lokasi PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat

Adapun lokasi dimana PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantuprapat berdiri yaitu di pusat Kota Rantauprapat. Beralamat di Jl. Ahmad Yani No. 137 F Kel. Bakaran Batu Kec. Rantau Selatan.

4. Struktur Organisasi Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat



B. Hasil Analisis Data

1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

- a. Hasil Uji Validitas yang telah diolah dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel IV.1
Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X^1)

No	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
1	0,687	Dikatakan valid jika nilai positif dan $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan $n = 61 - 2 = 59$ maka r_{tabel} pada taraf signifikan 10% = 0,2126	Valid
2	0,840		Valid
3	0,566		Valid
4	0,810		Valid
5	0,461		Valid

Sumber: Hasil output spss 23 (data diolah)

Hasil uji validitas kualitas pelayanan (X^1) pada tabel IV.1 dapat disimpulkan bahwa angket mengenai kualitas pelayanan dari pernyataan kelima item memiliki nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan $n = 59$, maka diperoleh r_{tabel} adalah 0,2126. Sehingga kelima item angket kualitas pelayanan dinyatakan valid.

Tabel IV.2
Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X^2)

No	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
1	0,887	Dikatakan valid jika nilai positif dan $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan $n = 61 - 2 = 59$ maka r_{tabel} pada taraf signifikan 10% = 0,2126	Valid
2	0,896		Valid
3	0,414		Valid
4	0,561		Valid
5	0,918		Valid

Sumber: Hasil output spss 23 (data diolah)

Hasil uji validitas kualitas produk (X^2) pada tabel IV.2 dapat disimpulkan bahwa angket mengenai kepercayaan dari pernyataan kelima item memiliki nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan $n = 59$, maka diperoleh r_{tabel} adalah 0,2126. Sehingga kelima item angket kualitas produk dinyatakan valid.

Tabel IV.3
Hasil Uji Validitas Kepercayaan (X³)

No	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
1	0,892	Dikatakan valid jika nilai positif dan $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan $n = 61 - 2 = 59$ maka r_{tabel} pada taraf signifikan 10% = 0,2126	Valid
2	0,915		Valid
3	0,412		Valid
4	0,559		Valid
5	0,922		Valid

Sumber: Hasil output spss 23 (data diolah)

Hasil uji validitas kepercayaan (X³) pada tabel IV.3 dapat disimpulkan bahwa angket mengenai kepercayaan dari pernyataan kelima item memiliki nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan $n = 59$, maka diperoleh r_{tabel} adalah 0,2126. Sehingga kelima item angket kepercayaan dinyatakan valid.

Tabel IV.4
Hasil Uji Validitas Loyalitas Nasabah (Y)

No	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
1	0,905	Dikatakan valid jika nilai positif dan $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan $n = 61 - 2 = 59$ maka r_{tabel} pada taraf signifikan 10% = 0,2126	Valid
2	0,886		Valid
3	0,543		Valid
4	0,666		Valid
5	0,832		Valid

Sumber: Hasil output spss 23 (data diolah)

Hasil uji validitas loyalitas nasabah (Y) pada tabel IV.4 dapat disimpulkan bahwa angket mengenai kepercayaan dari pernyataan kelima item memiliki nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ dengan $n = 59$, maka diperoleh r_{tabel} adalah 0,2126. Sehingga kelima item angket loyalitas nasabah dinyatakan valid.

- b. Hasil Uji Reliabilitas yang telah diolah dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel IV.5
Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X^1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.696	5

Sumber: Hasil output spss 23 (data diolah)

Dari hasil uji reliabilitas pada tabel IV.4 dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dapat dikatakan *reliabel*, jika nilai *cronbach alpha* $0,696 > 0,600$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan dinyatakan *reliabel* dan dapat diterima.

Tabel IV.6
Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X^2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.797	5

Sumber: Hasil output spss 23 (data diolah)

Dari hasil uji reliabilitas pada tabel IV.4 dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dapat dikatakan *reliabel*, jika nilai *cronbach alpha* $0,797 > 0,600$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk dinyatakan *reliabel* dan dapat diterima.

Tabel IV.7
Hasil Uji Reliabilitas Kepercayaan (X^3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.801	5

Sumber: Hasil output spss 23 (data diolah)

Dari hasil uji reliabilitas pada tabel IV.4 dapat disimpulkan bahwa kepercayaan dapat dikatakan *reliabel*, jika nilai *cronbach alpha*

0,801 > 0,600. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan dinyatakan *reliabel* dan dapat diterima.

Tabel IV.8
Hasil Uji Reliabilitas Loyalitas Nasabah (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.831	5

Sumber: Hasil output spss 23 (data diolah)

Dari hasil uji reliabilitas pada tabel IV.4 dapat disimpulkan bahwa loyalitas nasabah dapat dikatakan *reliabel*, jika nilai *cronbach alpha* 0,831 > 0,600. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel loyalitas nasabah dinyatakan *reliabel* dan dapat diterima.

2. Hasil Uji Normalitas

Hasil uji normalitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel IV.9
Hasil Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		61
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.26116478
Most Extreme Differences	Absolute	.067
	Positive	.067
	Negative	-.052
Test Statistic		.067
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.
- Sumber: Hasil output spss 23 (data diolah)

Berdasarkan tabel IV.9 nilai signifikansi (*asympt. Sig.2- tailed*) pada tabel *One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test* adalah sebesar 0,200 dan lebih besar dari nilai signifikansi 0,1 ($0,200 > 0,1$). Jadi dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

3. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel IV.10
Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-1.443	.669		-2.156	.035		
Kualitas Pelayanan	.341	.109	.280	3.130	.003	.344	2.909
Kualitas Produk	.801	.108	.670	7.437	.000	.340	2.944
Kepercayaan	.014	.022	.034	.634	.528	.975	1.025

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah
Sumber: Hasil output spss 23 (data diolah)

Berdasarkan tabel IV.10 di atas dapat diketahui nilai VIF untuk variabel kualitas pelayanan $2,909 < 10$ lalu untuk variabel kualitas produk $2,944 < 10$ dan variabel kepercayaan $1,025 < 10$ jadi dapat disimpulkan nilai VIF dari ketiga variabel di atas lebih kecil dari 10 ($VIF < 10$).

Sementara nilai *tolerance* untuk variabel kualitas pelayanan adalah $0,344 > 0,1$ kemudian variabel kualitas produk adalah $0,340 > 0,1$ dan kepercayaan adalah $0,975 > 0,1$ jadi dapat disimpulkan nilai *tolerance*

dari ketiga variabel adalah lebih besar 0,1 (*tolerance* > 0,1), berdasarkan penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

b. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel IV.11
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.431	.403		1.070	.289
Kualitas Pelayanan	.020	.065	.066	.298	.767
Kualitas Produk	.043	.065	.149	.669	.506
Kepercayaan	-.004	.013	-.040	-.303	.763

a. Dependent Variable: Abs_RES
Sumber: Hasil output spss 23 (data diolah)

Dari Tabel IV.11 dapat dilihat bahwa nilai variabel independen memiliki nilai signifikan lebih dari 0,1 dimana kualitas pelayanan $0,767 > 0,1$ kemudian kualitas produk $0,506 > 0,1$ dan kepercayaan $0,763 > 0,1$ Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi.

4. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Hasil uji regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel IV.12
Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1.443	.669		-2.156	.035
Kualitas Pelayanan	.341	.109	.280	3.130	.003
Kualitas Produk	.801	.108	.670	7.437	.000
Kepercayaan	.014	.022	.034	.634	.528

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah
Sumber: Hasil output spss 23 (data diolah)

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah.

Persamaan regresinya sebagai berikut:

$$LN = -1,443 + 0,341 KP + 0,801 KPR + 0,014 K + 0,669$$

Dari persamaan regresi itu dapat diartikan bahwa:

- a. Konstanta -1,443 menunjukkan bahwa apabila kualitas pelayanan, kepercayaan, dan kualitas produk di anggap konstanta atau ditiadakan, maka loyalitas nasabah sebesar -1,443 satuan.
- b. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (b_1) bernilai positif 0,431 artinya jika kualitas pelayanan meningkat 1 satuan maka loyalitas nasabah akan meningkat dengan nilai 0,431 satuan.
- c. Nilai koefisien regresi variabel kualitas produk (b_2) bernilai positif 0,801 artinya jika kualitas produk meningkat 1 satuan maka loyalitas nasabah akan meningkat dengan nilai 0,801 satuan.

- d. Nilai koefisien regresi variabel kepercayaan (b_3) bernilai positif 0,014 artinya jika kepercayaan meningkat 1 satuan maka loyalitas nasabah akan meningkat dengan nilai 0,014 satuan.

5. Hasil Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil uji hipotesis koefisien determinasi (*R Square*) dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel IV.13
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.918 ^a	.843	.834	1.294

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan

Sumber: Hasil output spss 23 (data diolah)

Berdasarkan tabel IV.13 hasil analisis koefisien determinasi (R^2) di atas diperoleh angka *Adjusted R square* 0,834 atau 83,4%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, kepercayaan dan kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas nasabah sebesar 83,4% Sisanya sebesar 0,166 atau (16,6%) dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

b. Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Hasil uji signifikan parsial (uji t) dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel IV.14
Hasil Uji t

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1.443	.669		-2.156	.035
Kualitas Pelayanan	.341	.109	.280	3.130	.003
Kualitas produk	.801	.108	.670	7.437	.000
Kepercayaan	.014	.022	.034	.634	.528

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah
Sumber: Hasil output spss 23 (data diolah)

Dari hasil uji parsial di atas, dapat dilihat pengaruh setiap variabel dimana nilai t_{tabel} yang diperoleh dari rumus $df = n - k - 1$, dimana $n =$ jumlah sampel dan $k =$ jumlah variabel independen, jadi $df = 61 - 3 - 1 = 57$. Dengan pengujian dua sisi (signifikansi = 0,1) diperoleh t_{tabel} sebesar 1,296.

Berdasarkan hasil uji signifikansi parsial (uji t) dapat dilihat hasilnya sebagai berikut:

- 1) Variabel kualitas pelayanan memiliki nilai t_{hitung} 3,130 sedangkan t_{tabel} 1,296. Sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,130 > 1,296$). Maka H_1 diterima H_0 ditolak, jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah tabungan pasif pada PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat.
- 2) Variabel kualitas produk memiliki nilai t_{hitung} 7,437 sedangkan t_{tabel} 1,296. Sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7,437 > 1,296$). Maka H_2 diterima H_0 ditolak, jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas produk

berpengaruh terhadap loyalitas nasabah tabungan pasif pada PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat.

- 3) Variabel kepercayaan memiliki nilai t_{hitung} 0,634 sedangkan t_{tabel} 1,296, sehingga $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,634 < 1,668$). Maka H_3 ditolak H_0 diterima, jadi dapat disimpulkan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah tabungan pasif pada PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat.

c. Uji Simultan (uji F)

Hasil uji simultan (uji F) dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel IV.15
Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	511.322	3	170.441	101.801	.000 ^b
	Residual	95.432	57	1.674		
	Total	606.754	60			

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan
Sumber: Hasil output spss 23 (data diolah)

Berdasarkan tabel IV.15 diketahui bahwa F_{hitung} sebesar 101,80, sedangkan F_{tabel} diperoleh dari rumus $df = n-k-1$ atau $61-3-1 = 57$ yaitu sebesar 2,18, dari hasil uji simultan diatas, F_{hitung} sebesar $101,80 > F_{tabel}$ 2,18 karena, $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_4 diterima artinya terdapat pengaruh secara simultan antara kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah tabungan pasif pada PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini berjudul Faktor-Faktor yang Memengaruhi Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat. Hasil analisis data yang dilakukan pada penelitian ini dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 23.

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Pasif pada PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat

Berdasarkan hasil dari analisis uji t variabel kualitas pelayanan memiliki nilai t_{hitung} 3,130 sedangkan t_{tabel} 1,296. Sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,130 > 1,296$). Maka H_1 diterima H_0 ditolak, menunjukkan adanya pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah tabungan pasif pada PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Kamaruddin Sellang, dengan judul buku Strategi dalam Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik Dimensi, Konsep, Indikator, dan Implementasinya dan dijelaskan Menurut Moenir, mengemukakan bahwa pelaksanaan pelayanan dapat diukur, oleh karena itu dapat ditetapkan standar yang baik dalam hal waktu yang diperlukan maupun hasilnya. Dengan adanya standar manajemen dapat merencanakan, melaksanakan, mengawasi dan mengevaluasi kegiatan pelayanan, agar supaya hasil akhir memuaskan pada pihak-pihak yang mendapatkan pelayanan.

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. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat. 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 Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Pasif pada PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat

Berdasarkan hasil dari analisis uji t variabel kualitas produk memiliki nilai t_{hitung} 7,437 sedangkan t_{tabel} 1,296. Sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7,437 > 1,296$). Maka H_2 diterima H_0 ditolak, menunjukkan adanya pengaruh variabel kualitas produk terhadap loyalitas nasabah tabungan pasif pada PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori Kotler dan Armstrong mengemukakan bahwa kualitas produk merupakan keseluruhan ciri serta sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan yang dinyatakan maupun yang tersirat.⁵⁸

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Caesar Andreas dan Tri Yuniati menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan

⁵⁸ Kotler, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, hlm. 74.

signifikan terhadap loyalitas nasabah. Kemudian penelitian ini bertentangan dengan penelitian Lailatul Mubarakah yang menyatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah.

3. Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Pasif pada PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat

Berdasarkan hasil dari analisis uji t variabel kepercayaan memiliki memiliki nilai t_{hitung} 0,634 sedangkan t_{tabel} 1,296, sehingga $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,634 < 1,668$). Maka H_3 ditolak H_0 diterima, menunjukkan tidak adanya pengaruh variabel kepercayaan terhadap loyalitas nasabah tabungan pasif pada PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan teori Robbins dan Judge bahwasanya konsep dari kepercayaan salah satunya loyalitas.⁵⁹

Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Dewi Styowati yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Hal ini dikarenakan kepercayaan itu merupakan hal yang tidak mudah sehingga tidak banyak nasabah yang mengeluh secara langsung atas pelayanan yang diberikan bank, kepercayaan dapat berkembang melalui resiko oleh nasabah akan tetapi membutuhkan jangka waktu yang panjang.

Menurut Devi Ardiyanti kepercayaan adalah perilaku individu yang mengharapkan seseorang agar memberi manfaat positif. Adanya

⁵⁹ Robbins dan Judge, *Perilaku Organisasi: Organizational Behavior* (Jakarta : Salemba Empat, 2013), hlm. 21.

kepercayaan karena individu yang di percaya dapat memberi manfaat dan melakukan apa yang diinginkan oleh individu yang memberikan kepercayaan, sementara itu pada Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat, masyarakat khususnya nasabah pada Bank Sumut Syariah mereka percaya bahwa Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat dapat memberikan manfaat yang positif bahkan dapat membantu perekonomian mereka tetapi masyarakat khususnya nasabah masih saja berhenti menabung dan sebagian juga menutup rekeningnya, dengan kata lain faktor kepercayaan tidak dapat memengaruhi seseorang dalam menentukan kelayaitasan.⁶⁰

4. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Pasif pada PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat

Berdasarkan hasil analisis uji F dengan nilai F_{hitung} sebesar 101,80 > F_{tabel} 2,40 karena, $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_4 diterima sehingga kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan mempunyai pengaruh secara simultan terhadap terhadap loyalitas nasabah tabungan pasif pada PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat.

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

⁶⁰ Ardiyanti, *I Believe I Can (Seni Meningkatkan Kepercayaan dan Kualitas Diri)*, 12.

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.⁶¹ Hal ini menunjukkan timbulnya nasabah yang loyal.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian Hendri Gunawan dan Caesar Andreas yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan dari kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah.

D. Keterbatasan Penelitian

Adapun keterbatasan-keterbatasan penelitian yang dihadapi oleh peneliti selama penelitian dan penyusunan skripsi adalah:

1. Keterbatasan penelitian ini hanya membahas variabel kualitas pelayanan (X_1), kualitas produk (X_2), kepercayaan (X_3) dan loyalitas nasabah (Y).
2. Keterbatasan tempat penelitian, yang dimana penelitian hanya dapat meneliti di Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat.
3. Dalam menyebarkan koesioner ada saja responden yang menolak untuk mengisi kuesioner dikarenakan rasa takut dan kurangnya kepercayaan akan data yang akan disalahgunakan.
4. Masih terdapat jawaban kuesioner yang tidak konsisten menurut pengamatan peneliti, karna responden yang cenderung kurang teliti terhadap pernyataan yang ada.

⁶¹ Ujang Sumarwan, *Riset Pemasaran dan Konsumen* (Bogor: IPB Press, 2019), hlm. 232.

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

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dari penelitian dalam skripsi ini, maka peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah tabungan pasif pada PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat, hal tersebut dapat dibuktikan dengan melihat nilai t_{hitung} 3,130 sedangkan t_{tabel} 1,296. Sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,130 > 1,296$). Maka H_1 diterima H_0 ditolak.
2. Terdapat pengaruh variabel kualitas produk terhadap loyalitas nasabah tabungan pasif pada PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat, hal tersebut dapat dibuktikan dengan melihat nilai t_{hitung} 7,437 sedangkan t_{tabel} 1,296. Sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7,437 > 1,296$). Maka H_2 diterima H_0 ditolak.
3. Tidak terdapat pengaruh variabel kepercayaan terhadap loyalitas nasabah tabungan pasif pada PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat, hal tersebut dapat dibuktikan dengan melihat nilai t_{hitung} 0,634 sedangkan t_{tabel} 1,296, sehingga $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,634 < 1,296$). Maka H_3 ditolak H_0 diterima.
4. Terdapat pengaruh secara simultan antara variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah tabungan pasif pada PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat, hal tersebut dapat dibuktikan dengan melihat nilai F_{hitung} sebesar 101,80 $> F_{tabel}$ 2,40 karena, $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_4 diterima.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti diperoleh kesimpulan yang telah disajikan, maka peneliti menyampaikan saran-saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah:

1. Diharapkan untuk pimpinan Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat agar menambah jumlah mesin ATM yang ada agar dapat mempermudah nasabah dalam proses penarikan dan pentransferan uang.
2. Untuk pihak Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat agar lebih meningkatkan pelayanannya kepada nasabah,
3. Bagi peneliti selanjutnya, yang ingin meneliti dengan permasalahan yang sama, agar dapat mengkaji lebih dalam lagi, karena masih banyak lagi faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Ahmad, Ardat. *Biostatistik*. Jakarta: Prenada Media, 2021.
- Al Arif, M. Nur Rianto. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Ardiyanti, Devi. *I Believe I Can (Seni Meningkatkan Kepercayaan dan Kualitas Diri)*. Yogyakarta: Scritto Books, 2022.
- Edi, Fandi Rosi Sarwo. *Teori Wawancara Psikodiagnosik*. Yogyakarta: Leutika Prio, 2016.
- Fachmi, Muhammad and Ikrar Setiawan. *Strategi Meningkatkan Kepuasan Nasabah Analisis Kasus Meningkatkan Riset Di Industri Asuransi Jiwa*. Malang: CV. Pustaka Learning Center, 2020.
- Faujia, Ika Yunia. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Kencana Prenata Grup, 2013.
- Ginaniar, Indra Suhendra and Rah Adi Fahmi. *Distribusi Pendapatan Konteks Provinsi Di Indonesia*. Bandung: CV Media Indonesia, 2021.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM APSS 23*. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2016.
- Hatmawan, Slamet Riyanto and Aglis Andhita. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2020.
- Ismanto Setyobudi, Daryanto. *Konsumen Dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media, 2014.
- Jonatan, Suwono. *Metode Riset Skripsi Kuantitatif Menggunakan Prosedur SPSS*. Jakarta: PT Elex Media Komputind, 2012.
- Judge, Robbins dan. *Perilaku Organisasi: Organizational Behavior*. Jakarta: Salemba Empat, 2013.
- Karim, Kurniati. *Aspek Kepuasan Nasabah Berdasarkan Kualitas Jasa Perbankan*. Surabaya: CV. Jakad Media Publishing, 2020.

- Kotler, Philip and Gary Amstrong. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jakarta: Erlangga, 2016.
- Kuncoro, Mudrajat. *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga, 2017.
- Moh. Nazir. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2017.
- Nasir, Muhajir. *Statistik Pendidikan*. Yogyakarta: Media Akamedia, 2016.
- Priyatno, Dwi. *Belajar Cepat Olah Data Statistik Dengan SPSS*. Yogyakarta: CV Andi Offest, 2011.
- Puspitaningtyas, Zarah. *Prediksi Risiko Investasi Saham*. Yogyakarta: Griya Pandiwa, 2015.
- Riofita, Hendra. *Perilaku Organisasi*. Pekan Baru: CV Mutiara Pesisir, 2015.
- Rofiul Wahyudi, Ryandono. *Manajemen Bank Islam Pendekatan Syariah Dan Praktek*. Yogyakarta: UAD Press, 2018.
- Sangadji, Etta Mamang. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offest, 2013.
- Sani, Ridwan Abdullah dan Muhammad Kadri. *Pendidikkan Karakter*. Jakarta: Bumi Aksara, 2016.
- Sellang, Dkk, Kamaruddin. *Strategi dalam Peningkatan Kualitas Pelayanan Publik Dimensi, Konsep, Indikator dan Implementasinya*. Jakarta: Qiara Media, 2019.
- Sinambela, Lijian Poltak. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R & D*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- . *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Sumarwan, Ujang. *Riset Pemasaran dan Konsumen*. Bogor: IPB Press, 2019.

Suryati, Lili. *Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: CV Budi Utama, 2019.

Susanto, Sugiono and Agus. *Cara Mudah Belajar SPSS Dan Lirise*. Bandung: Alfabeta, 2015.

Syaekhu dan Suprianto, Ahmad. *Teori Pengambilan Keputusan*. Yogyakarta: Zahir Publishing, 2021.

Tungga A, Ananta Wikrama dkk. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014.

Sumber Lainnya

Asyro Muhari Putra Tama, Wawancara di PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat, Maret 2022

Andry Dwi Syahputra, Wawancara di PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat, Maret 2022

Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Tejemahannya*, Jakarta: Bintang Indonesia, 2011.

Indri Novita Sari Putri, Kadek. "Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan D&I Skin Centre Denpasar." *Fakultas Universitas Udayana*, 2013.

Oktovia, Ria. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Index Lampung." *Manajemen Pemasaran* 13, No. 1 (April 2019).

Pasal 1 ayat (17) Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan Atas Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan.

Pasal 1 ayat (18) Undang-Undang No. 10 Tahun 1998 tentang Perbankan Atas Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan.

Primasari, Destika. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Tabungan IB Hasanah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BNI Syariah KCP Ungaran." *Institut Agama Islam Negeri Salatiga*, 2016, 136.

- Safitri, Dini Novia. "Faktor Penyebab Nasabah Menutup Rekening Tabungan Faedah (Studi Kasus Bank BRI Syariah KCP Bandar Jaya)." *Institut Agama Islam Negeri Meto*, 2020.
- Siregar, Lili Suryani. "Pengaruh Kualitas Jasa, Kepercayaan Dan Jaminan Rasa Aman Terhadap Keputusan Menabung Di Pt. Bank Muamalat Indonesia, Tbk. Kantor Cabang Padangsidempuan." *Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan*, 2021.
- Sulistiyandari. "Hukum Perbankan: Perlindungan Hukum Terhadap Nasabah Menyimpan Melalui Pengawasan Perbankan Di Indonesia." *Jurnal Hukum Kenotarian* Vol. 4 No. 2 (2019).
- Surya Juliadi Siregar, Account Officer, Wawancara di Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat, April 2022
- Yelli Trisusanti. "Pengaruh Kualitas pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pekanbaru)" *Jom Fisip* 4, no. 2 (2017).

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS PRIBADI

1. Nama Lengkap : Dian Amalia
2. Tempat/Tanggal Lahir : Rantauprapat, 03 November 1999
3. Agama : Islam
4. Jenis Kelamin : Perempuan
5. Anak ke : 4 dari 4 Bersaudara
6. Alamat : Jln. Kamp. Baru Gg. Prima Rantauprapat
7. Kewarganegaraan : Indonesia
8. No. Telepon/HP : 082273919770
9. Email : lianasution160@gmail.com

II. PENDIDIKAN

1. SDN 112140 Kampung Baru (2005-2011)
2. SMPN 1 Rantau Utara (2011-2014)
3. SMAN 1 Rantau Utara (2014-2017)
4. UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan (2018-2022)

III. IDENTITAS ORANG TUA

1. Nama Ayah : Arnold Nasution
2. Pekerjaan Ayah : Pedagang
3. Nama Ibu : Parida Ariani
4. Pekerjaan Ibu : Ibu Rumah Tangga
5. Alamat : Jln. Kamp. Baru Gg. Prima Rantauprapat

IV. PRESTASI AKADEMIK

IPK : 3.65

Judul Skripsi : Faktor-Faktor yang Memengaruhi Loyalitas Nasabah pada
PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat.

V. MOTTO HIDUP

“Kalau sudah pernah diterpa badai lalu kenapa harus takut menghadapi gerimis”

KATA PENGANTAR UNTUK ANGGKET (KUESIONER)

Perihal : Permohonan pengisian angket

Lampiran : Satu berkas

Kepada Yth. Bapak/ibu/saudara/i

di Tempat

Dalam rangka menyelesaikan karya ilmiah (Skripsi) pada program studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan maka saya,

Nama : DIAN AMALIA

NIM : 18 401 00098

Untuk membantu kelancaran penelitian ini, dengan segala kerendahan hati dan harapan, peneliti mohon kesediaan saudara/i untuk mengisi daftar pertanyaan/ Pernyataan ini dengan sejujurnya sesuai dengan kenyataan yang ada.

Informasi yang Bapak/ibu/saudara/i berikan sangatlah berarti dalam penyelesaian skripsi penelitian dengan judul: “**Faktor-Faktor yang Memengaruhi Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat**”. Untuk mencapai maksud tersebut, peneliti, mohon kesediaan Saudara/i untuk mengisi kuesioner ini dengan memilih jawaban yang telah disediakan.

Atas kesediaan Saudari meluangkan waktu membantu peneliti mengisi kuesioner ini, peneliti mengucapkan terimakasih.

DIAN AMALIA

NIM. 1840100098

KUESIONER (ANGKET) PENELITIAN
FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI LOYALITAS NASABAH
PADA PT. BANK SUMUT KCP SYARIAH RANTAUPRAPAT

A. Identitas Responden

Nama :

Jenis kelamin :

Alamat :

B. Petunjuk Pengisian

1. Berikan *checklist* (\checkmark) pada setiap jawaban anda.
2. Setiap pernyataan berikut ini terdiri atas lima pilihan jawaban, sebagai berikut:

Pernyataan Positif

- a. SS = Sangat Setuju (5)
- b. S = Setuju (4)
- c. KS = Kurang Setuju (3)
- d. TS = Tidak Setuju (2)
- e. STS = Sangat Tidak Setuju (1)

C. Daftar Pernyataan

1. Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)

NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Karyawan Bank Sumut Syariah berpenampilan rapi dan profesional					
2	Karyawan Bank Sumut Syariah segera meminta maaf saat terjadi kesalahan					
3	Karyawan Bank Sumut Syariah mampu setiap menjawab pertanyaan nasabah					
4	Karyawan Bank Sumut Syariah siap membantu nasabah bila mengalami kesulitan					
5	Karyawan Bank Sumut Syariah melayani transaksi dengan cepat					

2. Variabel Kualitas Produk (X_2)

	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Produk Bank Sumut Syariah mempunyai banyak manfaat					
2	Saya merasa produk dari Bank Sumut Syariah tidak sama dengan produk yang lain					
3	Produk Bank Sumut Syariah telah sesuai syariat islam					
4	Produk Bank Sumut Syariah sangat mudah di mengerti dan di pahami					
5	Citra produk Bank Sumut Syariah sangat baik					

4. Variabel Kepercayaan (X_3)

NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Saya percaya karyawan Bank Sumut Syariah bertindak jujur dan sopan					
2	Nasabah percaya Bank Sumut Syariah memiliki Bank yang sehat					
3	Bank Sumut Syariah dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan					
4	Karyawan memberikan salam sebelum memberikan pelayanan dengan nasabah					
5	Bank Sumut Syariah memberikan keamanan tabungan nasabah					

5. Variabel Keputusan Loyalitas Nasabah (Y)

NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Saya sering melakukan transaksi di PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat					
2	Saya berminat dengan produk baru yang ditawarkan PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat					
3	Saya menceritakan keunggulan produk PT.					

	Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat					
4	Saya tidak akan beralih ke perusahaan lain selain dengan PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat					
5	Saya tetap memilih produk/jasa PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat, walaupun muncul produk/ jasa di perusahaan lain					

LAMPIRAN 1

1. Hasil Angket Variabel Kualitas Pelayanan (X^1)

NO	Item Pertanyaan					Jumlah X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	
1	3	3	2	2	3	13
2	2	3	2	3	2	12
3	2	2	2	2	1	9
4	1	2	3	2	2	10
5	1	2	3	2	2	10
6	1	2	2	2	2	9
7	2	3	2	3	1	11
8	2	3	1	3	1	10
9	2	3	1	3	1	10
10	2	4	3	4	1	14
11	3	4	3	4	1	15
12	3	3	1	3	2	12
13	3	3	1	3	4	14
14	2	3	3	3	4	15
15	2	2	3	2	2	11
16	4	2	3	2	2	13
17	4	2	2	2	3	13
18	3	2	2	2	2	11
19	3	1	2	1	1	8
20	2	2	2	1	2	9
21	2	1	2	1	1	7
22	2	2	2	2	4	12
23	2	2	2	2	1	9
24	2	3	3	3	1	12
25	3	2	4	2	2	13
26	4	2	2	2	2	12
27	4	2	2	2	2	12
28	3	2	2	2	2	11
29	3	2	1	2	2	10
30	4	2	4	2	1	13
31	3	3	1	3	4	14
32	4	2	1	3	1	11
33	2	3	2	2	4	13
34	2	3	2	3	4	14
35	2	4	2	4	2	14
36	2	2	3	2	1	10
37	1	1	2	1	2	7

38	1	1	1	1	2	6
39	2	2	1	2	1	8
40	1	1	2	1	2	7
41	1	1	1	1	2	6
42	1	1	1	1	2	6
43	2	1	2	1	2	8
44	1	2	1	2	1	7
45	1	1	2	1	2	7
46	2	1	1	1	1	6
47	1	1	1	1	2	6
48	2	1	1	1	1	6
49	1	2	1	2	1	7
50	1	1	1	1	1	5
51	1	1	1	1	2	6
52	2	2	1	2	1	8
53	1	2	1	2	1	7
54	1	1	1	1	1	5
55	1	1	1	1	2	6
56	2	1	2	1	2	8
57	1	1	2	1	2	7
58	1	1	1	1	1	5
59	1	2	1	2	2	8
60	2	1	2	1	2	8
61	1	1	1	1	2	6

2. Hasil Angket Variabel Kualitas Produk (X^2)

NO	Item Pertanyaan					Jumlah X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	
1	2	2	2	1	3	10
2	1	2	4	3	2	12
3	2	2	2	2	2	10
4	1	1	3	2	1	8
5	1	1	3	2	1	8
6	1	1	2	2	1	7
7	2	2	2	3	2	11
8	2	2	1	3	2	10
9	2	2	1	3	2	10
10	2	2	3	2	2	11
11	3	3	3	4	3	16
12	3	3	1	3	3	12
13	3	3	1	3	3	13

14	2	2	3	3	2	12
15	2	2	3	2	2	11
16	4	3	3	2	4	16
17	4	4	2	2	4	16
18	3	3	2	2	3	13
19	3	3	2	1	3	12
20	2	2	2	1	2	9
21	2	2	2	1	2	9
22	2	2	2	2	2	10
23	2	2	2	2	2	10
24	2	2	3	3	2	12
25	3	3	1	2	3	12
26	4	4	2	2	4	16
27	4	4	2	2	4	16
28	3	3	2	2	3	13
29	3	3	1	2	3	12
30	2	4	3	1	4	14
31	2	4	1	3	2	12
32	4	4	3	3	4	18
33	2	2	2	2	2	10
34	2	2	2	3	2	11
35	2	2	2	4	2	12
36	2	2	3	2	2	11
37	1	1	2	1	1	6
38	1	1	1	1	1	5
39	2	2	1	2	2	9
40	1	1	2	1	1	6
41	1	1	1	1	1	5
42	1	1	1	1	1	5
43	2	2	2	1	2	9
44	1	1	1	2	1	6
45	1	1	2	1	1	6
46	2	2	1	2	2	9
47	1	1	1	1	1	5
48	2	2	1	1	2	8
49	1	1	1	2	1	6
50	1	1	4	1	1	8
51	2	1	4	1	1	9
52	2	1	1	1	1	6
53	1	1	1	2	1	6
54	1	1	1	1	1	5
55	1	1	1	1	1	5
56	2	2	2	1	2	9

57	1	2	2	1	1	7
58	1	1	1	2	1	6
59	1	2	1	2	1	7
60	2	2	2	1	2	9
61	2	2	1	1	2	8

3. Hasil Angket Variabel Kepercayaan (X^3)

NO	Item Pertanyaan					Jumlah X3
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	
1	2	2	2	1	3	10
2	1	2	4	3	2	12
3	2	2	2	2	2	10
4	1	1	3	2	1	8
5	1	1	3	2	1	8
6	1	1	2	2	1	7
7	2	2	2	3	2	11
8	2	2	1	3	2	10
9	2	2	1	3	2	10
10	2	2	3	2	2	11
11	3	3	3	4	3	16
12	3	3	1	3	3	13
13	3	3	1	3	3	13
14	2	2	3	3	2	12
15	2	2	3	2	2	11
16	4	3	3	2	4	16
17	4	4	2	2	4	16
18	3	3	2	2	3	13
19	3	3	2	1	3	12
20	2	2	2	1	2	9
21	2	2	2	1	2	9
22	2	2	2	2	2	10
23	2	2	2	2	2	10
24	2	2	3	3	2	12
25	3	3	1	2	3	12
26	4	4	2	2	4	16
27	4	4	2	2	4	16
28	3	3	2	2	3	13
29	3	3	1	2	3	12
30	2	3	4	1	4	14
31	2	4	1	3	2	12
32	4	4	3	3	4	18

33	2	2	2	2	2	10
34	2	2	2	3	2	11
35	2	2	2	4	2	12
36	2	2	3	2	2	11
37	1	1	2	1	1	6
38	1	1	1	1	1	5
39	2	2	1	2	2	9
40	1	1	2	1	1	6
41	1	1	1	1	1	5
42	1	1	1	1	1	5
43	2	2	2	1	2	9
44	1	1	1	2	1	6
45	1	1	2	1	1	6
46	2	2	1	2	2	9
47	1	1	1	1	1	5
48	2	2	1	1	2	8
49	1	1	1	2	1	6
50	1	1	4	1	1	8
51	2	1	4	1	1	9
52	2	1	1	1	1	6
53	1	1	1	2	1	6
54	1	1	1	1	1	5
55	1	1	1	1	1	5
56	2	2	2	1	2	9
57	1	1	2	1	1	6
58	1	1	1	2	1	6
59	1	1	1	2	1	6
60	2	2	2	1	2	9
61	2	1	2	2	1	8

4. Hasil Angket Variabel Keputusan nasabah menutup Rekening (Y)

NO	Item Pertanyaan					Jumlah X3
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	
1	2	2	2	1	3	10
2	2	2	4	3	2	13
3	2	2	2	2	2	10
4	1	1	3	2	1	8
5	1	1	3	2	1	8
6	1	1	2	2	1	7
7	2	2	2	3	2	11
8	2	2	1	3	2	10
9	2	2	1	3	2	10

10	2	2	3	2	2	11
11	3	3	3	4	3	16
12	3	3	1	3	3	13
13	3	3	1	3	3	13
14	2	2	3	3	2	12
15	2	2	3	2	2	11
16	3	3	3	2	4	15
17	4	4	2	2	4	16
18	3	3	2	2	3	13
19	3	3	2	1	3	12
20	2	2	2	1	2	9
21	2	2	2	1	2	9
22	2	2	2	2	2	10
23	2	2	2	2	2	10
24	2	2	3	3	2	12
25	3	3	1	2	3	12
26	4	4	2	2	4	16
27	4	4	2	2	4	16
28	3	3	2	2	3	13
29	3	3	1	2	3	12
30	4	2	4	2	4	16
31	4	4	1	3	2	14
32	4	4	3	3	4	18
33	2	2	2	2	2	10
34	2	2	2	3	2	11
35	2	2	2	4	2	12
36	2	2	3	2	2	11
37	1	1	2	1	1	6
38	1	1	1	1	1	5
39	2	2	1	2	1	8
40	1	1	2	1	2	7
41	1	1	1	1	2	6
42	1	1	1	1	2	6
43	2	1	1	1	2	7
44	1	2	1	2	1	7
45	1	1	2	1	2	7
46	2	1	1	1	1	6
47	1	1	1	1	2	6
48	2	1	1	1	1	6
49	1	2	1	2	1	7
50	1	1	1	1	1	5
51	1	1	1	1	2	6
52	2	2	1	2	1	8

53	1	2	1	2	1	7
54	1	1	1	1	1	5
55	1	1	1	1	2	6
56	2	1	2	1	2	8
57	1	1	2	1	2	7
58	1	1	1	1	1	5
59	1	2	1	2	2	8
60	2	1	2	1	2	8
61	1	1	1	1	2	6

LAMPIRAN 2

Hasil Output SPSS V.23

Hasil Ouput Validitas Variabel X¹ (Kualitas Pelayanan)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.384**	.326*	.406**	.140	.687**
	Sig. (2-tailed)		.002	.010	.001	.283	.000
	N	61	61	61	61	61	61
X1.2	Pearson Correlation	.384**	1	.294*	.956**	.207	.840**
	Sig. (2-tailed)	.002		.021	.000	.110	.000
	N	61	61	61	61	61	61
X1.3	Pearson Correlation	.326*	.294*	1	.262*	.074	.566**
	Sig. (2-tailed)	.010	.021		.041	.569	.000
	N	61	61	61	61	61	61
X1.4	Pearson Correlation	.406**	.956**	.262*	1	.114	.810**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.041		.381	.000
	N	61	61	61	61	61	61
X1.5	Pearson Correlation	.140	.207	.074	.114	1	.461**
	Sig. (2-tailed)	.283	.110	.569	.381		.000
	N	61	61	61	61	61	61
Total_X1	Pearson Correlation	.687**	.840**	.566**	.810**	.461**	1

Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
N	61	61	61	61	61	61

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

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

Hasil Ouput Validitas Variabel X² (Kualitas Produk)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.863**	.124	.333**	.924**	.887**
	Sig. (2-tailed)		.000	.340	.009	.000	.000
	N	61	61	61	61	61	61
X2.2	Pearson Correlation	.863**	1	.107	.374**	.925**	.896**
	Sig. (2-tailed)	.000		.412	.003	.000	.000
	N	61	61	61	61	61	61
X2.3	Pearson Correlation	.124	.107	1	.121	.182	.414**
	Sig. (2-tailed)	.340	.412		.353	.161	.001
	N	61	61	61	61	61	61
X2.4	Pearson Correlation	.333**	.374**	.121	1	.319*	.561**
	Sig. (2-tailed)	.009	.003	.353		.012	.000
	N	61	61	61	61	61	61
X2.5	Pearson Correlation	.924**	.925**	.182	.319*	1	.918**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.161	.012		.000

	N	61	61	61	61	61	61
Total_X2	Pearson Correlation	.887**	.896**	.414**	.561**	.918**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000	
	N	61	61	61	61	61	61

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

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

Hasil Ouput Validitas Variabel X³ (Kepercayaan)

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Total_X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.901**	.123	.336**	.915**	.892**
	Sig. (2-tailed)		.000	.346	.008	.000	.000
	N	61	61	61	61	61	61
X3.2	Pearson Correlation	.901**	1	.118	.411**	.935**	.915**
	Sig. (2-tailed)	.000		.366	.001	.000	.000
	N	61	61	61	61	61	61
X3.3	Pearson Correlation	.123	.118	1	.081	.213	.412**
	Sig. (2-tailed)	.346	.366		.536	.099	.001
	N	61	61	61	61	61	61
X3.4	Pearson Correlation	.336**	.411**	.081	1	.317*	.559**
	Sig. (2-tailed)	.008	.001	.536		.013	.000
	N	61	61	61	61	61	61

X3.5	Pearson Correlation	.915**	.935**	.213	.317*	1	.922**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.099	.013		.000
	N	61	61	61	61	61	61
Total_X3	Pearson Correlation	.892**	.915**	.412**	.559**	.922**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000	
	N	61	61	61	61	61	61

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

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

Hasil Ouput Validitas Variabel Y (Loyalitas Nasabah)

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Total_Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.878**	.295*	.447**	.810**	.905**
	Sig. (2-tailed)		.000	.021	.000	.000	.000
	N	61	61	61	61	61	61
Y.2	Pearson Correlation	.878**	1	.183	.561**	.739**	.886**
	Sig. (2-tailed)	.000		.159	.000	.000	.000
	N	61	61	61	61	61	61
Y.3	Pearson Correlation	.295*	.183	1	.325*	.342**	.543**
	Sig. (2-tailed)	.021	.159		.011	.007	.000
	N	61	61	61	61	61	61
Y.4	Pearson Correlation	.447**	.561**	.325*	1	.268*	.666**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.011		.037	.000
	N	61	61	61	61	61	61
Y.5	Pearson Correlation	.810**	.739**	.342**	.268*	1	.832**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.007	.037		.000
	N	61	61	61	61	61	61
Total_Y	Pearson Correlation	.905**	.886**	.543**	.666**	.832**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	61	61	61	61	61	61

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

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

Hasil Output Reliabilitas Variabel X¹ (Kualitas Pelayanan)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.696	5

Hasil Output Reliabilitas Variabel X² (Kualitas Produk)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.831	5

Hasil Output Reliabilitas Variabel X³ (Kepercayaan)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.797	5

Hasil Output Reliabilitas Variabel Y (Loyalitas Nasabah)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.831	5

Hasil Output Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		61
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.93259497
Most Extreme Differences	Absolute	.086
	Positive	.075
	Negative	-.086
Test Statistic		.086
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 Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.431	.403		1.070	.289
Kualitas Pelayanan	.020	.065	.066	.298	.767
Kualitas Produk	.043	.065	.149	.669	.506
Kepercayaan	-.004	.013	-.040	-.303	.763

a. Dependent Variable: Abs_RES

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-1.443	.669		-2.156	.035		
Kualitas Pelayanan	.341	.109	.280	3.130	.003	.344	2.909
Kualitas Produk	.801	.108	.670	7.437	.000	.340	2.944

Kepercayaan	.014	.022	.034	.634	.528	.975	1.025
-------------	------	------	------	------	------	------	-------

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.443	.669		-2.156	.035
	Kualitas Pelayanan	.341	.109	.280	3.130	.003
	Kepercayaan	.801	.108	.670	7.437	.000
	Kualitas Produk	.014	.022	.034	.634	.528

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.918 ^a	.843	.834	1.294

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan

Hasil Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1.443	.669		-2.156	.035
Kualitas Pelayanan	.341	.109	.280	3.130	.003
Kualitas produk	.801	.108	.670	7.437	.000
Kepercayaan	.014	.022	.034	.634	.528

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	511.322	3	170.441	101.801	.000 ^b
Residual	95.432	57	1.674		
Total	606.754	60			

a. Dependent Variable: Keputusan Nasabah

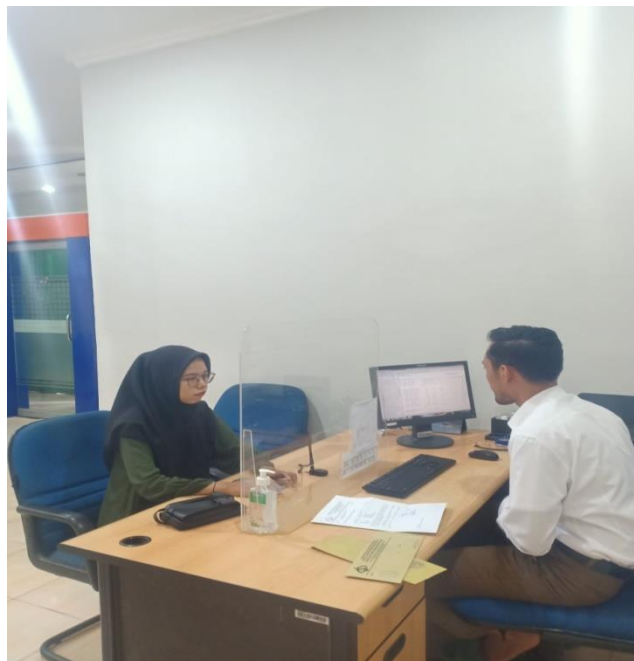
b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan

DOKUMENTASI

Wawancara dengan Pimpinan Operasional PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat

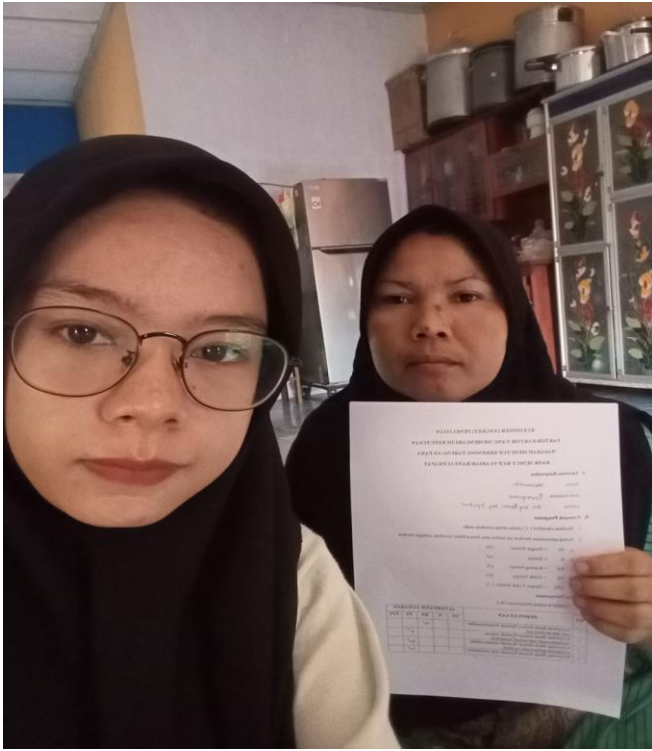


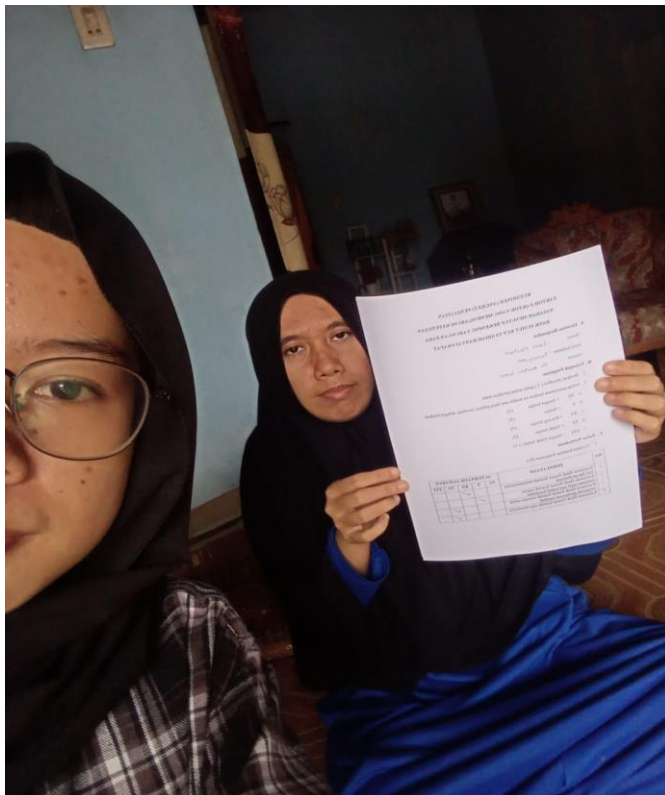
Wawancara dengan Customer Service PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat



Wawancara dengan Nasabah PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantauprapat









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 : 206 /In.14/G.1/G.4c/PP.00.9/01/2022
Lampiran : -
Hal : Penunjukan Pembimbing Skripsi

28 Januari 2022

Yth. Bapak/Ibu:

1. Rodame Monitorir Napitupulu : Pembimbing I
2. Aliman Syahuri Zein : Pembimbing II

Dengan 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 : Dian Amalia
NIM : 1840100098
Program Studi : Perbankan Syariah
Judul Skripsi : Faktor-faktor yang Memengaruhi Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantau Prapat.

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

Demikian disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik

Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan :
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDEMPUN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km 4,5 Sihitang Kota Padang Sidempuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faximili (0634) 24022
Website: uinsyahada.ac.id

Nomor : 2109 /In.14/G.1/G.4c/TL.00/08/2022
Hal : Mohon Izin Riset

24 Agustus 2022

Yth. Pimpinan Bank Sumut KCP Syariah Rantau Prapat

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan menerangkan bahwa:

Nama : Dian Amalia
NIM : 1840100098
Semester : IX (Sembilan)
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

adalah benar Mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan yang sedang menyelesaikan Skripsi dengan Judul: "Faktor-faktor yang Memengaruhi Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Sumut KCP Syariah Rantau Prapat".

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.

a.n Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik



Abdul Nasser Hasibuan

Tembusan:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

TOR CABANG SYARIAH:

KANTOR PUSAT

Jl. Imam Bonjol No. 18, Medan
Phone : (061) 415 5100 - 451 5100
Facsimile : (061) 414 2937 - 451 2652

Nomor : 0768/KCSy05-Ops/L/2022
Lampiran : -

Pematang Siantar, 02 DESEMBER 2022

Kepada Yth:
Wakil Dekan Bidang Akademik
Universitas Islam Negeri
Syekh Ali Hasan Ahmad Addary
di-
Padang Sidempuan

Hal : Izin Pelaksanaan Riset

Assalamu'alaikum Wr. Wb,

Sehubungan dengan surat dari Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padang Sidempuan No. 2109/Tn.14/G.1/G.4C/TL.00/08/2022 tanggal 24 Agustus 2022 perihal Izin Pelaksanaan Riset, dengan ini disampaikan sebagai berikut :

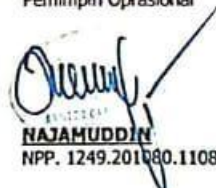
1. Izin Riset atas Mahasiswi Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Addary Padang Sidempuan Disetujui dilaksanakan di Kantor Cabang Pembantu Syariah Rantau Prapat, adapun Mahasiswi tersebut :

Nama : Dian Amalia
NIM : 1840100098
Judul Skripsi : Faktor-Faktor Yang mempengaruhi Loyalitas Nasabah pada PT.Bank sumut KCP Syariah Rantau Prapat

2. Selesai melaksanakan Riset yang bersangkutan diwajibkan menyerahkan 1 (satu) eksemplar Laporan Hasil Riset kepada di PT. BANK SUMUT Cabang Pembantu Syariah RantauPrapat

Demikian disampaikan atas kerjasama yang baik diucapkan terimakasih

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.,
Kantor Cabang Syariah Pematangsiantar
Pemimpin Operasional


NAJAMUDDIN
NPP. 1249.201080.110804

Cc : 1. PT. Bank Sumut Cabang Pembantu Syariah RantauPrapat
2. Sdn. Dian Amalia