



Impact of Hajj Savings Product Quality and Service Quality on Customer Loyalty of PT. BPRS Bhakti Sumekar Sumenep

Sofiyatul Madaniyah¹, Nurul Setianingrum², and Retna Anggitaningsih³

¹ Kiai Haji Achmad Siddiq State Islamic University Jember, East Java, Indonesia

² Kiai Haji Achmad Siddiq State Islamic University Jember, East Java, Indonesia

³ Kiai Haji Achmad Siddiq State Islamic University Jember, East Java, Indonesia



Abstract

The aim of this research is to describe the influence of service quality on customer loyalty, the influence of Hajj savings product quality on customer loyalty, and the influence of service quality and Hajj savings product quality on customer loyalty simultaneously at PT. BPRS Bhakti Sumekar District. Sumenep. This research is a quantitative approach using multiple linear analysis. The data analysis technique was carried out using the multiple linear regression method with statistical tests first. Data processing in this research uses the IBM SPSS Statistics 28 tool. The research conclusions show: Partially, it shows that the service quality variable has a positive and significant effect on customer loyalty, indicated by the service quality significance value of 0.001 which is smaller than the alpha value of 0.05 and the value tcount 3.355 is greater than t table 1.665. Partially, it shows that the quality variable of Hajj savings products has a positive and significant effect on customer loyalty, as indicated by the significance value of the quality of Hajj savings products of 0.001, which is smaller than the alpha value of 0.05 and the calculated t value of 4.522. greater than t table 1.665. Simultaneously, it shows that the independent variables (service quality and Hajj savings product quality) have an influence on the calculated F of 20.805, while the F table is 3.10. So it can be concluded that the two independent variables have a significant effect simultaneously on the dependent variable.

Article Info

Keywords:

Products, Hajj Savings, Service Quality, Customer Loyalty

* E-mail address: sofiyatulmadaniyah@gmail.com¹ retnaiain1974@gmail.com² nurulsetia02@gmail.com³

Articel Submitted : 2 Desember 2023

Accepted : 23 Desember 2023

Revised : 15 Desember 2023

Published : 30 Desember 2023



Pengaruh *Service Quality* Dan Kualitas Produk Tabungan Haji Terhadap Loyalitas Nasabah PT. BPRS Bhakti Sumekar Kab. Sumenep

Sofiyatul Madaniyah¹, Nurul Setianingrum², dan Retna Anggitaningsih³

¹ Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, Jawa Timur, Indonesia

² Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, Jawa Timur, Indonesia

³ Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember, Jawa Timur, Indonesia



Abstrak

Tujuan riset ini adalah untuk mendeskripsikan pengaruh *service quality* terhadap loyalitas nasabah, pengaruh kualitas produk tabungan haji terhadap loyalitas nasabah, dan pengaruh *service quality* dan kualitas produk tabungan haji terhadap loyalitas nasabah secara simultan pada PT. BPRS Bhakti Sumekar Kab. Sumenep. Penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan menggunakan analisis linier berganda. Teknik analisis data dilakukan dengan metode regresi linier berganda dengan uji statistik terlebih dahulu. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan alat bantu IBM SPSS *Statistic* 28. Simpulan riset menunjukkan: Secara parsial menunjukkan bahwa variabel *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, ditunjukkan dengan nilai signifikansi *service quality* sebesar 0,001 lebih kecil dari nilai alpha 0,05 dan nilai t hitung 3,355 lebih besar dari t tabel 1,665. Secara parsial menunjukkan bahwa variabel kualitas produk tabungan haji berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, ditunjukkan dengan nilai signifikansi kualitas produk tabungan haji sebesar 0,001 lebih kecil dari nilai alpha 0,05 dan nilai t hitung 4,522. lebih besar dari t tabel 1,665. Secara simultan menunjukkan bahwa variabel independen (*service quality* dan kualitas produk tabungan haji) mempunyai pengaruh F hitung sebesar 20,805, sedangkan F tabel sebesar 3,10. Maka dapat disimpulkan bahwa ke dua variabel independen berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel dependen.

Informasi Artikel

Kata kunci:

Produk, Tabungan Haji, Service Quality, Loyalitas Nasabah

* Alamat email: sofiyatulmadaniyah@gmail.com,¹ retnaiain1974@gmail.com,² nurulsetia02@gmail.com³

Artikel diserahkan : 2 Desember 2023

Diterima : 23 Desember 2023

Direvisi : 15 Desember 2023

Dipublikasi : 30 Desember 2023

Pendahuluan

Keberadaan lembaga keuangan pada suatu negara sangat penting, karena dengan adanya lembaga keuangan akan membantu membangun kemajuan kegiatan perekonomian, khususnya untuk negara Indonesia. Kemajuan dalam dunia bisnis menurut (Kasmir, 2007), merupakan dunia yang paling ramai dibicarakan berbagai forum baik yang bersifat nasional maupun internasional. Hal tersebut menjadi tolak ukur dan tulang punggung kemajuan suatu negara dari kemajuan ekonominya. Adanya pembangunan ekonomi yang berkesinambungan, pada pelaku ekonomi yang terdiri dari pemerintah maupun masyarakat baik itu perorangan maupun badan hukum memerlukan dana yang besar. Seiring dengan kegiatan ekonomi tersebut, kebutuhan akan pendanaanpun akan semakin meningkat. Kebutuhan pendanaan tersebut sebagian besar dapat dipenuhi dengan cara pinjam meminjam. Kegiatan pinjam meminjam ini bisa dilakukan baik perorangan maupun badan hukum dengan suatu lembaga keuangan, baik lembaga keuangan bank ataupun lembaga keuangan non bank.

Bank menurut Kasmir adalah lembaga keuangan yang memberikan jasa keuangan yang paling lengkap. Usaha keuangan dilakukan disamping menyalurkan dana atau memberikan pinjaman (kredit) juga melakukan usaha penghimpunan dana dari masyarakat luas dalam bentuk simpanan. Kemudian usaha bank lainnya memberikan jasa-jasa keuangan yang mendukung dan memperlancar kegiatan memberikan pinjaman dengan memberikan himpunan dana (Kasmir, 2016). Aktifitas utama bank adalah menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kembali pada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk- bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Perbankan Indonesia memiliki banyak produk yang ditawarkan, seperti simpanan masyarakat berupa giro, deposit, tabungan. Dalam bentuk kredit berupa kredit produktif, kredit konsumtif, kartu kredit. Dalam bentuk jasa berupa layanan transaksi perbankan, *cash management*, *bancassurance*, valuta asing, perbankan elektronik, fasilitas ekspor impor dan bank garansi (Setiawan & Masdupi, 2016). Perbankan syariah bergerak di bidang jasa dan pelayanan, dituntut untuk terus melakukan perbaikan dalam memberikan pelayanan terbaik pada nasabah. Perbankan syariah harus memberikan pelayanan yang *personalized dan profesional*, sehingga kepuasan nasabah dapat di penuhi, hal ini diperlukan agar dapat bersaing dengan bank konvensional (Mulazid, 2018). Bank dalam menghadapi persaingan perlu meningkatkan strategi pemasaran antara lain melalui peningkatan loyalitas nasabah yang menabung di bank dengan fokus pada loyalitas nasabah maka bank akan memiliki nasabah setia yang akan menompang bisnis perbankannya. Pentingnya loyalitas nasabah ini terkait dengan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Dengan terus mempertahankan loyalitas nasabah maka suatu bank di pastikan akan langgeng sampai dimasa yang akan datang (Petegge et al, 2018).

Terciptanya kepuasan pelanggan atau nasabah dapat menjadikan hubungan antar penyedia jasa secara harmonis, hingga selanjutnya akan menciptakan loyalitas pelanggan dan akhirnya menguntungkan bagi perusahaan. Karena keberlangsungan dan keberhasilan perusahaan jasa banyak tergantung pada sistemnya, jasa kualitas pelayanan dan kualitas produk yang sesuai dengan lingkungan perusahaan, dan kemampuan yang di miliki para petugas dalam menjalankan sistem dengan baik, memberikan pelayanan dan menjelaskan produk-produk yang ditawarkan dalam memenuhi kebutuhan dan harapan nasabah. Dengan sistem dan layanan yang berkualitas, maka nasabah akan merasa puas hingga akan

mempertahankan dan menciptakan loyalitas nasabah terhadap perusahaan (Muslimah & Murti, 2017).

Faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah dengan adanya kualitas pelayanan dan kualitas produk agar nasabah memberikan kesan yang baik dan timbullah rasa kepuasan pada nasabah. Kepuasan nasabah dapat diartikan sebagai perasaan senang atau kecewa seorang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap- harapannya. Hal ini dapat berarti jika kinerja di bawah harapan, nasabah akan merasa tidak puas. Begitu juga sebaliknya jika kinerja sama dengan harapan, nasabah merasa puas, dan kinerja melebihi harapan maka nasabah akan sangat puas dan bahagia. Nasabah yang merasa puas, akan memberikan komentar yang baik tentang perusahaan dan cenderung akan bertahan lebih lama pada perusahaan (Ardiyah, 2019). Bank sebagai lembaga keuangan perlu mengkomunikasikan produk yang mereka tawarkan, hal ini dilakukan agar masyarakat mengetahui dan memiliki minat membeli manfaat atas produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya.

Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. BPRS merupakan badan usaha yang setara dengan Bank Pengkreditan Rakyat Konvensional dengan hukum perseroan terbatas, perusahaan Daerah atau Koperasi Darsono et al, 2017). BPRS Bhakti Sumekar merupakan salah satu bank yang mengeluarkan produk-produknya berdasarkan prinsip syariah. Salah satu produknya adalah tabungan haji. Tabungan haji adalah tabungan yang menggunakan prinsip mudharabah yaitu simpanan pihak ketiga yang menariknya hanya dapat dilakukan pada saat nasabah akan menunaikan ibadah haji atau pada saat tertentu sesuai dengan yang di perjanjikan. Simpanan ini menerapkan ibadah dengan sistem bagi hasil mudharabah (Zulfah, 2008). Keunggulan dari pembiayaan rakyat syariah yaitu kemudahan dalam pembukaan tabungan, pembukaan rekening tabungan haji yang mudah dan praktis, diseluruh kantor BBS. Setoran awal pembukaan Rekening Tabungan Haji yang terjangkau, mulai dari Pp. 100. 000,- untuk setoran selanjutnya Rp. 50.000,- yang akan menjaga niat nasabah agar lebih mantap. Setor tarik tanpa batas jumlah dan frekuensi setorannya dan penarikannya tidak dibatasi, sepanjang memenuhi ketentuan yang berlaku.

BPRS juga ada bonus tabungan kompetitif yang langsung masuk ke rekening tabungan nasabah, selain itu ada juga yang namanya dukungan layanan antar jemput, layanan antar jemput dapat di nikmati oleh seluruh nasabah dari skala mikro hingga prioritas. Keuntungan dari tabungan haji ini adalah setoran ringan, kemudahan dalam administrasi, bebas biaya administrasi, asuransi jiwa dan kecelakaan, jaringan *online* dengan SSKOHAT dan memberikan kebijaksanaan penarikan sesuai permintaan nasabah apabila nasabah sedang membutuhkan dana tersebut. Keuntungan lain dari BSM tabungan haji adalah mendapat dana talangan. Dana talangan sendiri merupakan pinjaman dana talangan dari bank kepada nasabah khusus untuk menutupi kekurangan dana untuk memperoleh kursi (seat) haji dan pada saat pelunasan Biaya Penyetor Ibadah Haji BPIH (Tajudin & Mulazid, 2017). Berikut ini adalah data tabungan haji dalam akad *mudharabah*:

Tabel 1

Jumlah Produk Tabungan Haji di PT. BPRS Laporan Keuangan Triwulan Tahun 2020-2021

Tahun	Triwulan	Tabungan mudharabah	Ket.
2020	Triwulan I	7.03%	↑

	Triwulan II	6.85%	↓
	Triwulan III	6.64%	↓
	Triwulan IV	6.63%	↓
2021	Triwulan I	6.18%	↓

Sumber : laporan triwulan, BPRS.

Pada tabel diatas menunjukkan perkembangan tabungan mudharabah pada PT. Bhakti Sumekar pada tahun 2020-2021. Pada tahun 2020 triwulan I menunjukkan kenaikan pada angka 7.03 %, triwulan II mengalami penurunan pada angka 6.85%, triwulan III mengalami penurunan pada angka 6.64%, dan untuk triwulan IV mengalami penurunan pada angka 6.63%. dan memasuki tahun 2021 pada triwulan pertama menunjukkan penurunan pada angka 6.18%. Hal ini menunjukkan bahwa tahun 2020 – 2021 mengalami penurunan terus-menerus dikarenakan adanya pandemi COVID-19 dimana keuangan masyarakat menurun dan adanya batasan pemberangkatan haji oleh pemerintah.

Metode, Data, dan Analisis

Menggunakan analisis regresi linier berganda karena variabel yang digunakan lebih dari dua variabel. Variabel yang digunakan diantaranya sebagai Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan analisis linier berganda, dengan dibantu oleh program SPSS. Penelitian ini berikut:

Y = Loyalitas Nasabah

X1 = Service Quality

X2 = Kualitas Produk Tabungan Haji

Pada pendekatan ini untuk menguji kebenaran hipotesis yang telah dibuat berdasarkan rumusan masalah, yang nantinya akan diperoleh data signifikansi pengaruh antar variabel yang diteliti. Peneliti menggunakan (*Field Research*) digunakan oleh penulis untuk mendapatkan data yang lebih akurat di lapangan yakni dengan langsung mendatangi setiap responden.

Adapun populasi dalam sebuah penelitian merupakan keseluruhan atau universal atau objek penelitian sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian. Namun jika populasi terlalu luas maka penelitian harus mengambil sampel dari populasi yang berkaitan dengan penelitian ini (Kasiran, 2010). Populasi pada penelitian ini adalah nasabah Tabungan Haji PT. BPRS Bhakti Sumekar, dari bulan Januari 2020 – Mei 2021, yang berjumlah 1634 Nasabah Tabungan Haji. Sampel ditentukan oleh peneliti berdasarkan pertimbangan masalah, tujuan, hipotesis, metode, dan instrumen penelitian, di samping pertimbangan waktu, tenaga, dan pembiayaan. Sebagaimana dijelaskan di atas bahwa sampel terdiri atas subjek penelitian (responden) yang menjadi sumber data yang terpilih dari hasil pekerjaan teknik penyebaran (teknik sampling) (Darmawan, 2014). Sampel pada penelitian ini adalah seluruh nasabah Tabungan Haji yang bertransaksi bulanan di PT. BPRS Bhakti Sumekar sejak bulan Januari 2020 - Mei 2021. Untuk sampel peneliti menggunakan rumus Slovin dengan batas toleransi sebesar 0,10 sebagai berikut: Prosentasi kelonggaran ketidak terikatan karena kesalahan pengambilan masih di inginkan Sampel yang masih ditolelir atau diinginkan, (catatan umumnya digunakan 1% atau 0,01, 5% atau 0,05 dan 10% atau 0,1) (Sujarweni, 2015).

Hasil dan Diskusi

Dalam penelitian ini untuk memperoleh data tentang pengaruh *service quality* dan kualitas produk tabungan haji terhadap loyalitas nasabah pada PT. BPRS Bhakti Sumekar Kab. Sumenep. Penelitian ini menggunakan kuesioner atau angket yang diberikan kepada responden sebanyak 94 nasabah atau sampel PT. BPRS Bhakti Sumekar Kab. Sumenep dari populasi yang berjumlah 1634. Setelah melalui pemrosesan data ke 94 kuesioner dapat diolah semua.

1. Uji Validitas

Uji validitas disini menggunakan rumus *Bivariate Pearson* SPSS yang dapat dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk *degree of freedom* ($df = n - 2$, $94 - 2 = 92$) dengan α (alpha) 5% (0,05) di dapat r tabel = 0.1707. Jika r tabel < r hitung maka butir soal pertanyaan tersebut dapat dikatakan valid. Uji validitas menggunakan bantuan SPSS Statistics versi 28. Hasil pengujiannya dapat dilihat pada table berikut ini:

Table 2
Hasil Uji Validitas

No.	Variabel	Item pertanyaan	Alpha	R hitung	R tabel	Keterangan
1	X1	X1.1	0,05		0.1707	Valid
		X1.2	0,05		0.1707	Valid
		X1.3	0,05		0.1707	Valid
		X1.4	0,05		0.1707	Valid
		X1.5	0,05		0.1707	Valid
2	X2	X2.1	0,05		0.1707	Valid
		X2.2	0,05		0.1707	Valid
		X2.3	0,05		0.1707	Valid
		X2.4	0,05		0.1707	Valid
		X2.5	0,05		0.1707	Valid
		X2.6	0,05		0.1707	Valid
3	Y	Y.1	0,05		0.1707	Valid
		Y.2	0,05		0.1707	Valid
		Y.3	0,05		0.1707	Valid
		Y.4	0,05		0.1707	Valid
		Y.5	0,05		0.1707	Valid

Sumber: Hasil data diolah SPSS (terlampir)

Berdasarkan tabel 3.1 hasil di atas maka dapat diketahui bahwa semua pernyataan variable X1 (*service quality*), X2 (kualitas produk tabungan haji) dan Y (loyalitas nasabah) dalam kuesioner dinyatakan valid. Hal tersebut dapat dilihat dari jumlah r tabel dan r hitung. Nilai r tabel sebesar 0.1707 lebih kecil dari nilai r hitung diantara kisaran 0.223-0.470.

2. Uji Reabilitas

Untuk mengukur reabilitas dengan menggunakan *cronbach alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha* > 0,60. Uji reliabilitas menggunakan bantuan SPSS Statistics versi 28. Hasil pengujiannya dapat dilihat pada table berikut ini :

Tabel 3
Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Nilai reliabilitas	R tabel	Keterangan
1	X1	0,482	0,1689	Reliable
2	X2	0,607	0,1689	Reliable
3	X3	0,487	0,1689	Reliable

Sumber: Hasil data diolah SPSS (terlampir)

Berdasarkan hasil tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai *cronbach alpha* yang dihasilkan pada masing-masing variabel sebesar 0,482 pada variabel *service quality*, sebesar 0,607 untuk variabel kualitas produk tabungan haji dan sebesar 0,487 untuk variabel loyalitas nasabah. Semua nilai reliabilitas lebih besar dari R tabel yakni 0,1689, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel independen dan dependen dinyatakan reliable.

3. Uji Asumsi Klasik

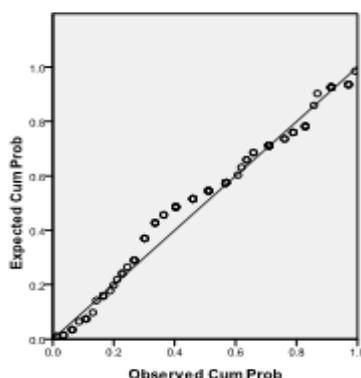
Uji asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui kelayakan penggunaan model dalam suatu penelitian. Uji asumsi klasik dilakukan sebelum uji hipotesis dilakukan, dimana uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah data telah memenuhi asumsi-asumsi dasar dan memastikan bahwa data telah berdistribusi normal (Suliyanto, 2011). Uji asumsi klasik dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Uji normalitas

Uji normalitas ditujukan untuk mengetahui bagaimanapun distribusi data atau variable dalam penelitian, apakah data telah berdistribusi normal atau tidak. Berikut hasil uji analisis berdasarkan grafik

Gambar 4

Uji Normalitas Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Sumber: Data diolah SPSS (terlampir)

Berdasarkan grafik P-P Plot diatas, dapat terlihat bahwa titik-titik menyebar dan mengikuti sekitar garis lurus atau diagonal, sehingga menunjukkan bahwa data atau variabel berdistribusi normal.

b. Uji multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variable independen atau tidak. Apabila terdapat suatu korelasi, maka terdapat masalah multikolinieritas yang harus diatasi. Model regresi yang baik harusnya tidak ada korelasi antar variable bebas. Pengujian multikolinieritas dapat dilakukan dengan menggunakan metode *Variance Inflation Faktor* (VIF) dengan nilai *tolerance* dapat

dilakukan tidak ada gejala multikolinieritas, jika VIF < 10 dan Nilai Tolerance > 0,10. Berikut adalah hasil pengujian multikolinieritas (Suliyanto, 2011).

Tabel 5
Uji multikolinieritas

Coefficientsa								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-2.380	3.752		-.634	.527		
	X1	.647	.182	.327	3.551	<,001	.961	1.041
	X2	.319	.090	.328	3.556	<,001	.961	1.041

Dependen variabel: loyalitas nasabah (Y)

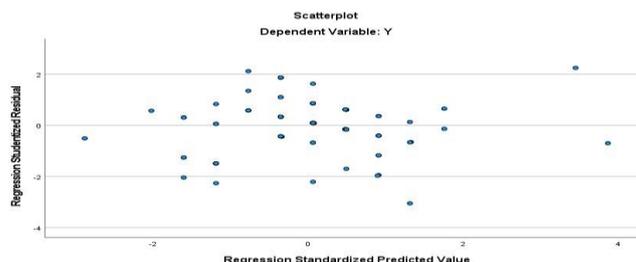
Sumber: Hasil data diolah SPSS (lampiran)

Berdasarkan hasil analisis uji multikolinieritas diatas, nilai VIF variabel X1 (*service quality*) adalah sebesar 1.041 dan nilai *tolerance* sebesar 0,961. Variabel X2 (kualitas produk tabungan haji) memiliki VIF sebesar 1,041 dan nilai *tolerance* sebesar 0,961. Semua variabel mempunyai nilai VIF < 10 dengan *tolerance* > 0,10, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi bebas dari asumsi multikolinieritas. Selain dengan menggunakan metode VIF, untuk melihat variabel bebas dari multikolinieritas dapat diketahui berdasarkan nilai *standart error*. Nilai standar error variabel *service quality* sebesar 0.182 dan pada variabel kualitas produk tabungan haji sebesar 0.090, yang mana nilai tersebut < 1 sehingga dapat disimpulkan bahwa multikolinieritas tidak terdeteksi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas menguji terjadinya perbedaan varian residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Heteroskedastisitas berarti ada varian pada model regresi yang tidak sama (konstan). Sebaliknya, jika variabel pada model regresi memiliki nilai yang sama (konstan) maka disebut dengan heteroskedastisitas (Zahrariah, 2018). Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan menggunakan pola scatterplot. Cara uji heteroskedastisitas adalah dengan menggunakan analisis grafik Scatterplot. Berikut adalah hasil analisis uji heteroskedastisitas Scatterplot.

Gambar 6
Uji heteroskedastisitas Scatterplot



Berdasarkan tampilan pada uji Scatterplot diatas, terlihat bahwa plot atau titik menyebar secara acak baik diatas maupun dibawah angka 0 (nol) pada sumbu *regression standardized residual*, sehingga disimpulkan bahwa model regresi yang terbentuk tidak ada

gejala tau tanda-tanda terjadi heteroskedastitas. Untuk memastikan, berikut peneliti tampilkan tabel *coefficient* berdasarkan hasil analisis uji hetetoskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda dilakukan untuk menguji pengaruh dari beberapa variabel independen terhadap satu variabel dependen. Penelitian ini menguji hipotesis pengaruh service quality dan kualitas produk tabungan haji terhadap loyalitas nasabah PT. BPRS Bhakti Sumekar Kab. Sumenep.

Tabel 7
Regresi Linier Berganda

<i>Coefficientsa</i>						
Model		<i>Unstandardized Coefficients</i>	<i>Standardized Coefficients</i>		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.380	3.752		-.634	.527
	X1	.647	.182	.327	3.551	<,001
	X2	.319	.090	.328	3.556	<,001

Berdasarkan hasil uji analisis regresi diatas, dapat dilihat bahwa persamaan model regresi berganda adalah: $Ly = -2.380 + 0,647 X1 + 0,319 X2 + e$

- 1) *Constant* = -2.380

Nilai *constant* dari persamaan daitas adalah -2.380 yang menunjukkan bahwa apabila variabel X1 (*service quality*) dan X2 (kualitas produk tabungan haji) bernilai nol ($X=0$), maka loyalitas nasabah akan meningkat sebesar -2.380.

- 2) *Coefficient* X1 (*service quality*) = 0,647

Pengaruh *service quality* terhadap loyalitas nasabah adalah positif, yang berarti jika variabel X1 (*service quality*) mengalami peningkatan 1 satuan, maka variabel Y (loyalitas nasabah) akan meningkat sebesar 0,647. *Coefficient* bernilai positif sehingga menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang searah antara kedua variabel.

- 3) *Coefficient* X2 (kualitas produk tabungan haji) = 0,319

Pengaruh *service quality* terhadap loyalitas nasabah adalah positif, yang berarti jika variabel X2 (kualitas produk tabungan haji) mengalami peningkatan 1 satuan, maka variabel Y (loyalitas nasabah) akan meningkat sebesar 0,319. *Coefficient* bernilai positif sehingga menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang searah antara kedua variabel.

Uji Hipotesis

- a. Uji t (parsial)

Uji t (parsial) digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Apabila nilai probabilitas $< 0,05$ atau $> t$ table, maka H_0 ditolak maka H_a diterima, sehingga disimpulkan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sedangkan apabila probabilitas $> 0,05$ atau t hitung $< t$ table, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel dependen. Hasil analisis uji t (parsial) dapat dilihat pada tabel 3.7 dibawah ini:

Tabel 8
Uji t (parsial)

Coefficientsa						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.380	3.752		-.634	.527
	X1	.647	.182	.327	3.551	<,001
	X2	.319	.090	.328	3.556	<,001

Berdasarkan hasil analisis uji t (parsial) diatas, diketahui:

- 1) Nilai t hitung pada variabel X1 (*service quality*) adalah sebesar 3,551. Sedangkan nilai t tabel sebesar 1,665 dengan tingkat signifikansi ($0,001 < 0,005$). Jadi, kesimpulannya adalah t hitung $>$ t tabel ($3,551 > 1,665$) yang berarti H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya, ada pengaruh antara variabel X1 (*service quality*) terhadap variabel Y (*loyalitas nasabah*).
- 2) Nilai t hitung pada variabel X2 (*kualitas produk tabungan haji*) adalah sebesar 3,556. Sedangkan nilai t tabel sebesar 1,665 dengan tingkat signifikansi ($<0,001 < 0,005$). Jadi, kesimpulannya adalah t hitung $>$ t tabel ($3,556 > 1,665$) yang berarti H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya, ada pengaruh antara variabel X2 (*kualitas produk tabungan haji*) terhadap variabel Y (*loyalitas nasabah*).

b. Uji F (Simultan)

Pengujian secara simultan atau uji F digunakan untuk menguji variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Apabila nilai signifikan $< 0,05$ atau F hitung $>$ F, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel dependen. Sedangkan jika nilai signifikan $> 0,05$ dan F hitung $<$ F, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen secara simultan berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel dependen. Hasil analisis uji F (simultan) dapat dilihat pada tabel 3.8 dibawah ini:

Tabel 3.6
Uji F (Simultan)

ANOVAa						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	54.347	2	27.173	15.757	<,001b
	Residual	156.930	91	1.725		
	Total	211.277	93			

Berdasarkan hasil analisis uji F (Simultan) diatas, dapat dilihat dan diketahui bahwa nilai Signifikansi adalah $< 0,001$ lebih kecil dari alpha ($< 0,05$) dan nilai F hitung sebesar 15,757, sedangkan F tabel sebesar 3,10. Kesimpulannya, F hitung $>$ F tabel ($15,757 > 3,10$) sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak atau dengan kata lain terdapat pengaruh antara variabel X1 (*service*

quality) dan X2 (kualitas produk tabungan haji) secara simultan terhadap variabel Y (loyalitas nasabah).

Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan model dalam penelitian menerangkan variabel dependen. Koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.7
Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.507a	.257	.241	1.313

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa hasil uji koefisien determinasi (R²) dari kebutuhan variabel memperoleh nilai R Square sebesar 0,257 yang berarti *service quality* dan kualitas produk tabungan haji berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah sebesar 0,257 atau 25,7%. Sedangkan, untuk sisanya yaitu sebesar 74,3% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Berdasarkan hasil analisis Berdasarkan hasil uji F dapat dilihat bahwa *service quality* dan kualitas produk tabungan haji berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS, dimana nilai Sig menunjukkan $0,001 < 0,05$ dengan Fhitung $15,757 > 3,10$ Ftabel. Maka H₀ ditolak dan H_a diterima, dapat disimpulkan bahwa *service quality* dan kualitas produk tabungan haji berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada PT. BPRS Bhakti Sumekar Kab. Sumenep. Berdasarkan analisis dan interpretasi diatas dapat dikatakan bahwa *service quality* dan kualitas produk tabungan haji secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Adapun pengaruh dari *service quality* dan kualitas produk tabungan haji terhadap loyalitas nasabah pada PT. BPRS Bhakti Sumekar Kab. Sumenep. sebesar 31,4% sedangkan sisanya yaitu sebesar 68,6% dipengaruhi oleh variabel lain.

Pengaruh Service Quality Terhadap Loyalitas Nasabah

Berdasarkan pada analisis data yang telah dilakukan, hipotesis pertama yaitu "pengaruh *service quality* terhadap loyalitas nasabah", menyatakan hasil bahwa *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, ditunjukkan dengan nilai signifikansi *service quality* sebesar 0,001 lebih kecil dari nilai alpha 0,05 dan nilai t hitung 3,551 lebih besar dari t tabel 1,665. Kesimpulannya H₀ diterima dan H_a ditolak atau dengan kata lain variabel *service quality* berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas nasabah. Penelitian ini sejalan dan mendukung penelitian yang dilakukan oleh Sigit (2017), yang menyatakan dalam penelitiannya bahwa kualitas layanan (*service quality*) berpengaruh terhadap loyalitas nasabah sebesar 0,385. Menurutnya, kualitas nasabah merupakan sebuah gambaran tentang komitmen yang diberikan oleh nasabah untuk menggunakan kembali jasa yang diberikan suatu saat nanti.

Grongroos dalam Sigit (2017), menuliskan dalam bukunya tentang kualitas pelayanan adalah hasil dari persepsi perbandingan antara harapan pelanggan dengan kerja nyata

pelayanan. Selain itu, peningkatan kualitas layanan nasabah akan memberikan kontribusi untuk loyalitas yang nantinya akan diberikan oleh nasabah. Hasil pengujian hipotesis pertama membuktikan bahwa *service quality* berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah di PT. BPRS Bhakti Sumekar Kab. Sumenep. Hasil yang signifikan ini menunjukkan bahwa *service quality* begitu berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa *service quality* merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah *service quality* merupakan usaha pemasaran pada nasabah untuk meningkatkan pertumbuhan jangka panjang perusahaan dan kepuasan maksimum nasabah. Apabila perusahaan mampu memberikan pelayanan yang terbaik maka akan berdampak positif bagi perusahaan khususnya bagi PT. BPRS Bhakti Sumekar Kab. Sumenep. Dengan demikian jika *service quality* dijalani dan dilakukan dengan baik maka sikap loyal yang dimiliki oleh pelanggan atau nasabah akan semakin baik, penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan yang menyatakan bahwa *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai t hitung = 2,316 lebih besar dari t tabel = 1,975 dan memiliki nilai probabilitas 0,022 lebih kecil dari 0,05 (Yudiadari & Agustina, 2020). Hasil penelitian ini menggunakan teori yang di sampaikan oleh Kotler dalam bukunya yang mengatakan *service quality* adalah suatu fitur dan karakteristik produk atau jasa yang akan mempengaruhi kelayakannya nasabah. Jika kualitas pelayanannya baik maka berkontribusi positif terhadap terwujudnya kepuasan nasabah atau loyalitas nasabah (Kotler & Keller, 2008).

Pengaruh Kualitas Produk Tabungan Haji Terhadap Loyalitas Nasabah

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, hipotesis ke dua yaitu “kualitas produk tabungan haji terhadap loyalitas nasabah” menyatakan hasil bahwa kualitas produk tabungan haji berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, ditunjukkan dengan nilai signifikansi kualitas produk tabungan haji sebesar 0,001 lebih kecil dari nilai α 0,05 dan nilai t hitung 3,556. lebih besar dari t tabel 1,665. Kesimpulannya H_0 diterima dan H_a ditolak atau dengan kata lain variabel kualitas produk tabungan haji berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas nasabah.

Riska Asnawi Nyoyei mendukung penelitian ini dengan mengatakan kualitas produk memiliki hubungan dan loyalitas pelanggan kualitas produk adalah karakteristik dari sebuah produk yang diberikan kepada pelanggan. Jika sebuah perusahaan menawarkan produk dengan kualitas yang baik yang dapat memenuhi kepuasan pelanggannya maka akan mempengaruhi kemungkinan terjadinya pembelian kembali terhadap produk tersebut sehingga terjadilah loyalitas pelanggan terhadap produk tersebut (Nyonyie et al., 2019).

Penelitian ini didukung oleh Dita Putri Agreini dalam hasil uji hipotesis bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0,255, dengan t hitung sebesar 2,384 dan nilai signifikan sebesar $0,019 < 0,05$ maka keputusan H_0 ditolak dan H_1 diterima yang menyatakan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Anggreini et al. 2016). Hasil penelitian ini menggunakan teori Kotler dan Armstrong menyatakan bahwa sesuai dengan konsep produk, jika seorang konsumen akan menyukai produk yang menawarkan kualitas terbaik kinerja dan ciri- ciri baik. Peningkatan dan penurunan loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh peningkatan dan penurunan kualitas produk yang ditawarkan, konsumen akan merasa puas jika produk yang ditawarkan berkualitas (Kotler & Armstrong, 2008).

Pengaruh Service Quality dan Kualitas Produk Tabungan Haji terhadap Loyalitas Nasabah Secara Simultan

Dengan uji *statistic* F yang menguji pengaruh seluruh variabel *service quality* dan kualitas produk tabungan haji terhadap loyalitas nasabah pada PT. BPRS Bhakti Sumekar Kab. Sumenep, membuktikan bahwa kedua variabel independen berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel dependen. hasil analisis uji F (Simultan) diatas, dapat dilihat dan diketahui bahwa nilai Signifikansi adalah $<0,001$ lebih kecil dari alpha ($<0,05$) dan nilai F hitung sebesar 15,757, sedangkan F tabel sebesar 3,10. Kesimpulannya, F hitung $>$ F tabel ($15,757 > 3,10$) sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak atau dengan kata lain terdapat pengaruh antara variabel X1 (*service quality*) dan X2 (kualitas produk tabungan haji) secara simultan terhadap variabel Y (loyalitas nasabah).

Penelitian ini sejalan dan didukung oleh penelitian Heri Susanto yang menunjukkan hubungan yang kuat antara kualitas pelayanan dan kualitas produk dengan loyalitas konsumen. Hubungannya adalah searah, artinya jika kualitas pelayanan dan kualitas produk naik, maka loyalitas konsumen juga akan naik (Susanto & Damayanti, 2018). Penelitian ini menggunakan teori Lili Suryati dalam bukunya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen karena kualitas layanan dan kualitas produk menjadi faktor penentu kepuasan dan loyalitas nasabah (Suryanti, 2015).

Loyalitas nasabah di pengaruhi oleh perubahan kualitas layanan dan kualitas produk dengan temuan bahwa kepuasan nasabah merupakan sebuah mediator dalam menyatakan hubungan kualitas layanan dan kualitas produk dengan loyalitas nasabah. Koefisien determinasi Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa hasil uji koefisien determinasi (R^2) dari kebutuhan variabel memperoleh nilai R Square sebesar 0,257 yang berarti *service quality* dan kualitas produk tabungan haji berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah sebesar 0,257 atau 25,7%. Sedangkan, untuk sisanya yaitu sebesar 74,3% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan analisis data dan pembahasan mengenai pengaruh *service quality* dan kualitas produk tabungan haji terhadap loyalitas nasabah pada PT. BPRS Bhakti Sumekar Kab. Sumenepdapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial menunjukan bahwa variabel *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, ditunjukkan dengan nilai signifikansi *service quality* sebesar 0,001 lebih kecil dari nilai alpha 0,05 dan nilai t hitung 3,355 lebih besar dari t tabel 1,665.
2. Secara parsial menunjukan bahwa variabel kualitas produk tabungan haji berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, ditunjukkan dengan nilai signifikansi kualitas produk tabungan haji sebesar 0,001 lebih kecil dari nilai alpha 0,05 dan nilai t hitung 4,522. lebih besar dari t tabel 1,665.
3. Secara simultan menunjukkan bahwa variabel independen (*service quality* dan kualitas produk tabungan haji terhadap loyalitas nasabah pada PT. BPRS Bhakti Sumekar Kab. Sumenep, mempunyai pengaruh F hitung sebesar 20,805, sedangkan F tabel sebesar 3,10. Maka dapat disimpulkan bahwa ke dua variabel independen berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel dependen.

Referensi

- Anggreini, Dita Putri et al. (2016). "Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan)". *Administrasi Bisnis*. 1 (2).
- Ardiyah, Wakhidatul. (2019). "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Tabungan Haji terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank BRI Syariah KCP Demak". *Walisongo Journal*. 14 (2).
- Darmawan, Deni. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Darsono et al. (2017) *Perbankan Syariah Di Indonesia Kelembagaan Kebijakan Serta Tantangan Ke Depan*. Jakarta: Persada.
- Kasiran, Moh. (2010). *Metodelogi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Sukses Offset.
- Kasmir. (2016). *Bank Dan Lembaga Keuangan Lainnya*. PT. RajaGrafindo Persada. Jakarta.
- Kotler, Philip & Armstrong. (2008). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta : PT. Indeks.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Mulazid, Ade Sofyan. (2018). "Analisis Pengaruh Service Quality, Customer Relationship Management dan Keunggulan Produk Tabungan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BRI Syariah", *Pemikiran Islam*, 19 (1).
- Muslimah, Emiliawati & Wahyu Murti. (2017). "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Tanda 360 Bank OCBC NISP Cabang Harco Mangga Dua". *Manajemen*. 5 (1).
- Nyonyie, Riska Asnawi et al. (2019). "Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Kosmetik Wardah di Transmart Bahu Manado". *Administrasi Bisnis*. 3 (1).
- Petege, Agustinus et al. (2018). "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Tabungan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Sulut Go Cabang Utama Manado". *EMBA*. 6 (2).
- Setiawan, Dedi & Erni Masdupi. (2016). "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Taplus BNI Cabang Solok". Tesis. Program Magister Manajemen Universitas Negri Padang.
- Sujarweni, Wiratna. (2015). *SPSS Untuk Penelitian*. Jakarta: Pustaka Baru Press.
- Suliyanto. (2011). *Ekonomitrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: ANDI.
- Suryati, Lili. (2015). *Manajemen Pemasaran Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Susanto, Herry & Wido Damayati. (2018). "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk terhadap Loyalitas Konsumen". *Ekonomi Bisnis*. 1 (2).

- Tajudin, MH & Ade Sofyan Mulazid. (2017). "Pengaruh Promosi, Kepercayaan dan Kesadaran Merek terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Produk Tabungan Haji (Mabrur) Bank Syariah Mandiri KCP. Sawangan Kota Depok". *Ekonomi Islam*.
- Yudiadari, Ni Komang Pani & Made Dian Putri Agustina. (2020). "Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Unit Simpan-Pinjam Bumdes Dana Merta Desa Tangkup Kabupaten Karang Asem". *Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*. 1 (2).
- Zahrariah, Aminatus. (2018). *Diklat Apengajaran Aplikasi Komputer Statistik (Teori dan Aplikasi dengan SPSS 22)*. Jember: T.P.
- Zulfah, Lailatul. (2008). "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Haji PT. BNI Syariah Tbk. Cabang Jakarta Timur". *UIN Syarif Hidayatullah*.