

**PENGARUH *RELATIONSHIP QUALITY* DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS NASABAH DI PT.BANK BTN SYARIAH
MATARAM**



Oleh
JUMARIANINGSIH
1502151868

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM
MATARAM
2019**

**PENGARUH *RELATIONSHIP QUALITY* DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS NASABAH DI PT.BANK BTN SYARIAH
MATARAM**

**Skripsi
diajukan kepada Universitas Islam Negeri Mataram untuk melengkapi
persyaratan mencapai gelar Sarjana Ekonomi**



**Oleh
JUMARIANINGSIH
1502151868**

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM
MATARAM
2019**



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jln. Pendidikan No. 35 Tlp. (0370) 621298 – 623809 Fax. 625337 Mataram
Website: <http://febi.uinmataram.ac.id> email: febi@uinmataram.ac.id

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi oleh: Jumarianingsih, NIM: 1502151868 dengan judul, “Pengaruh *Relationship Quality* dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah di PT.Bank BTN Syariah Mataram” telah memenuhi syarat dan disetujui untuk diuji.

Disetujui pada tanggal: 10 Oktober 2019

Dosen Pembimbing I

Dr. H. Muslihun, M.Ag
NIP.197412312001121005

Dosen Pembimbing II

Hj. Suharti, M.Ag
NIP.197606062014122002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jln. Pendidikan No. 35 Tlp. (0370) 621298 – 623809 Fax. 625337 Mataram
Website: <http://febi.uinmataram.ac.id> email: febi@uinmataram.ac.id

Nota Dinas Pembimbing

Mataram, 10 Oktober 2019

Hal : **Ujian Skripsi**

**Yang Terhormat
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
di Mataram**

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi, kami berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama Mahasiswa : Jumarianingsih
NIM : 1502151868
Jurusan / Prodi : Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh *Relationship Quality* dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah di PT. Bank BTN Syariah Mataram

telah memenuhi syarat untuk diajukan dalam sidang *munaqasyah* skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram. Oleh karena itu, kami berharap agar skripsi ini dapat segera di *munaqasyah*-kan.

Wassalamu'alaikum, Wr.Wb.

Dosen Pembimbing I

Dr. H. Muslihun, M.Ag
NIP.197412312001121005

Dosen Pembimbing II

Hj. Suharti, M.Ag
NIP.197606062014122002

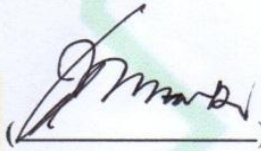
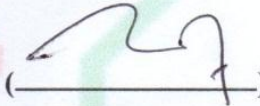
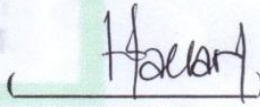
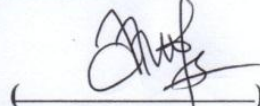


KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MATARAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jln. Pendidikan No. 35 Tlp. (0370) 621298 – 623809 Fax. 625337 Mataram
Website: <http://febi.uinmataram.ac.id> email: febi@uinmataram.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi oleh: Jumarianingsih, NIM: 1502151868, dengan judul "Pengaruh *Relationship Quality* dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah di PT. Bank BTN Syariah Cabang Mataram", telah dipertahankan di depan dewan penguji Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Mataram memenuhi syarat dan disetujui untuk dimunaqasahkan. Pada hari Rabu tanggal 20 November 2019 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dewan Penguji

- | | | |
|--|--|---|
| 1. Ketua Sidang/
Pembimbing I | <u>Dr. H. Muslihun, M.Ag</u>
NIP. 197412312001121005 |  |
| 2. Sekretaris Sidang/
Pembimbing II | <u>Hj. Suharti M.Ag</u>
NIP. 197606062014122002 |  |
| 3. Penguji I | <u>Hj. Siti Nurul Khaerani M.M</u>
NIP. 197504122003312002 |  |
| 4. Penguji II | <u>Any Tsalasatul Fitriah, M.Si</u>
NIP. 197810212009121002 |  |

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


Dr. H. Ahmad Amir Aziz, M. Ag
NIP. 197111041997031001

MOTTO

وَالْيَتَامَى الْقُرْبَىٰ وَبِذِي إِحْسَانًا وَالْبِالِدِينَ شَيْنًا بِهِ تُشْرِكُوا وَلَا اللَّهُ وَاعْبُدُوا
السَّبِيلِ وَأَبْنِ بِالْجَنَّبِ وَالصَّاحِبِ الْجَنَّبِ وَالْجَارِ الْقُرْبَىٰ ذِي وَالْجَارِ وَالْمَسَاكِينَ
فَخُورًا مُخْتَلًا كَانَ مَنْ يُحِبُّ لَا اللَّهُ إِنَّ أَيْمَانَكُمْ مَلَكَتْ وَمَا

Artinya, “Sembahlah Allah dan janganlah kamu mempersekutukan-Nya dengan sesuatupun. Dan berbuat baiklah kepada dua orang ibu-bapa, karib-kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin, tetangga yang dekat dan tetangga yang jauh, dan teman sejawat, ibnu sabil dan hamba sahayamu. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang sombong dan membangga-banggakan diri” (QS. An Nisa: 36).¹

¹Departemen Agama, *Al-Qu'ran dan Terjemahannya*, (Semarang :Cv Asyi Syifa,1999) hlm. 90.

PERSEMBAHAN

Untuk Kedua Orangtuaku, Saudaraku, Orang Yang Tersayang Dan Keluarga Besaraku Yang Setia Dan Tanpa Henti Selalu Membekaliku, Menemaniku, Memanjakanku, Mendukung, Medoakanku Dengan Ikhlas Dengan Tumpahan Keringat, Doa Dan Harapan Serta Cinta Dan Kasih Sayang Yang Penuh Keikhlasan Dan Penuh Makna, Ku Persembahkan Karya Ini Sebagai Ungkapan Cinta, Kasih Sayang Dan Trimkasih Kepada Allah Swt Yang Tak Terhingga, Serta Kepada Kalian Semua, Almamaterku, Dan Semua Guru-Guruku.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الحمد لله رب العالمين، أشهد أن لا اله الا الله وأشهد أن محمدا رسول الله، والصلاه والسلام على آله وأصحابه أجمعين. رب اشرح لي صدري ويسر لي أمري واحلل عقدة من لساني يفقهوا قولي، أما بعد :

Puji syukur selayaknya penyusun panjatkan kepada Allah SWT. Tuhan semesta alam, yang Maha Pengasih dan Penyayang, yang menguasai hari pembalasan dan hanya kepada-Nya manusia menyembah dan meminta pertolongan, yang telah melimpahkan segala rahmat, hidayah dan taufiq-Nya, sehingga Penyusun dapat menyelesaikan tugas akhir ini, shalawat dan salam tidak lupa Penyusun haturkan kepada junjungan Nabi Muhammad saw., melalui ajaran-ajarannya manusia dapat berjalan di atas kebenaran yang penuh dengan Islam dan Iman.

Setelah melalui perjalanan cukup panjang, akhirnya penyusunan skripsi ini dapat juga terselesaikan. Banyak pihak, baik langsung maupun tidak, telah membantu dalam penyelesaian skripsi berjudul: “Pengaruh *Relationship Quality* dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah di PT.Bank BTN Syariah Mataram”.

Selanjutnya dengan selesainya skripsi ini, sebagai rasa *takzim*, ijinlanlah penyusun mengucapkan rasa terima kasih yang tidak terhingga, kepada:

1. Orang tuaku tercinta, Ibunda Lawiyah dan Ayahanda Repa yang telah membesarkan dan merawatku dengan penuh kasih sayang, yang selalu medoakan dan memberikan semangat, motivasi baik secara moral maupun materi untuk menjadi orang yang sukses dan berhasil.
2. Untuk adik kandungku M.Said Fahrianto, serta kakekku M.Nursaid dan yang tercinta Nenekku Pesisih, satu lagi lelaki yang selalu ku sebut dalam setiap doaku Ali Alatas S.Pd terima kasih sudah menjadi semangatku dalam menjalani perkuliahanku, semoga kelak kalian bisa saya bahagiakn menjadi lebih dari apa yang kalian harapkan kepadaku dan smoga saya bisa memberikan apa yang kalian inginkan dan saya bisa menjadi kebanggaan keluarga.
3. Semua keluargaku, Adek-adek sebayaku, Diska Mayanda, Nurul, Ipan, serta duandaku tersayang Alfia, trimkasih tak rehingga untuk kalian yang telah memberikan saya semangat, motivasi, do'a dan harapan untuk terus berjuang dalam menggapai impianku selama menjalani perkuliahan ini.

4. Teman seperjuangan Muhsinatun Hidayati yang selama ini telah membantu, memberikan semangat dan motivasi untuk bisa menyelesaikan karya ini.
5. Terima kasih untuk Dosen Pembimbing I, Dr. H. Muslihun. M,Ag dan Dosen Pembimbing II, Hj. Suharti. M,Ag, yang selama ini telah membimbing, membantu dan memotivasi saya dalam mengerjakan skripsi
6. Kelurga besar Bank BTN Syariah Mataram yang selama beberpa hari sudah memberikan waktu buat penelitian kepada saya disana sehingga membantu kelancaran proses perkuliahan.
7. Seluruh Dosen yang telah mengajariku. Terimakasih telah menjadikan mahasiswa yang berkualitas di Kampus UIN Mataram tercinta ini.
8. Sahabatku tercinta Lola vitasari, Nur Anita, terlebih lagi untuk sahabat saya sekaligus keponaan terbaik Afilda Mb, terimakasih sudah memberikan semangat dan motivasi sampai akhirnya aku berhasil meraih togaku ini.
9. Seluruh teman seperjuangan prodi Perbankan Syariah kelas C 2015.
10. Sahabat dari awal masuk kuliah di UIN Mataram Nur Anita, Hainiah, Puja Kumartina, Musdalifah, Sri Ayu Yuhana, Nur Yana, dan juga senior terbaik iin. Terimakasih sudah selalu dalam sedih dan bahagiaku, terima kasih atas semua dukungan yang telah diberikan.

Akhirnya, penyusun sadar bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baik dalam pemilihan bahasa, teknik penyusunan dan analisisnya. Oleh karena itu, kritik dan saran dari semua pihak sangat diharapkan dalam rangka perbaikan dan penyempurnaan skripsi ini, juga untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

Mataram, 2019

Penulis

Jumarianingsih

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	.iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	.iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	v
PENGESAHAN DEWAN PENGUJI	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	.viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	.xi
DAFTAR TABEL.....	.xiii
DAFTAR GAMBARxv
DAFTAR LAMPIRANxvi
ABSTRAKxvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
D. Definisi Operasional.....	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN	8
A. Kajian Pustaka.....	8
B. Kerangka Berpikir.....	10
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	21
B. Populasi dan Sampel	21
C. Waktu dan Tempat Penelitian	23

D. Variabel Penelitian.....	23
E. Desain Penelitian.....	24
F. Instrumen/Alat dan Bahan Penelitian.....	24
G. Teknik Pengumpulan Data/Prosedur Penelitian.....	25
H. Teknik Analisis Data.....	27
I. Sistematis Pembahasan.....	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	35
A. Hasil Penelitian.....	41
B. Pembahasan.....	67
BAB IV PENUTUP	70
A. Kesimpulan.....	70
B. Saran-Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA	73
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Daftar jumlah pembiayaan musyarakah 2019,
Tabel 1.2	Daftar rencana jadwal kegiatan penelitian, .
Tabel 4.1	Distribusikan responden berdasarkan jenis kelamin, 41.
Tabel 4.2	Distribusikan responden berdasarkan umur, 41
Tabel 4.3	Distribusikan responden berdasarkan pekerjaan, 42.
Tabel 4.4	Responden berdasarkan lama menjadi nasabah bank BTN Syariah Mataram, 42
Tabel 4.5	Pertanyaan X1.1, 44.
Tabel 4.6	Pertanyaan X1.2, 44.
Tabel 4.7	Pertanyaan X1.3, 45.
Tabel 4.8	Pertanyaan X1.4, 46.
Tabel 4.9	Pertanyaan X1.5, 46
Tabel 4.10	Pertanyaan X2.1, 47.
Tabel 4.11	Pertanyaan X2.2, 48.
Tabel 4.12	Pertanyaan X2.3, 48
Tabel 4.13	Pertanyaan X2.4, 49.
Tabel 4.14	Pertanyaan X2.5, 49.
Tabel 4.15	Pertanyaan X2.6, 50.
Tabel 4.16	Pertanyaan X2.7, 50.
Tabel 4.17	Pertanyaan Y.1, 51.
Tabel 4.18	Pertanyaan Y.2, 52.
Tabel 4.19	Pertanyaan Y.3, 52.
Tabel 4.20	Pertanyaan Y.4, 53.
Tabel 4.21	Hasil Uji Variabel <i>Relationship Quality</i> , 55.

- Tabel 4.22 Hasil Validitas Variabel Kualitas Pelayanan, 55.
- Tabel 4.23 Hasil Uji Validitas Loyalitas Nasabah, 56.
- Tabel 4.24 Hasil Uji Reliabilitas, 57.
- Tabel 4.25 Uji Multikoleneritas *Coefficients*,58.
- Tabel 4.26 Hasil Uji Regresi Berganda, 60.
- Tabel 4.27 Uji F (Simultan), 62.
- Tabel 4.28 Uji T (Parsial), 64.
- Tabel 4.29 Koefisien Determinasi (R^2),65.

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1.1 Struktur Organisasi PT. Bank BTN Syariah Mataram, 40.
- Gambar 4.2 Uji Normalitas Dependent Variabel Loyalitas Nasabah, 58.
- Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas, 61.

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Photo Penelitian
- Lampiran 2 Daftar Kuisisioner
- Lampiran 3 Hasil Uji Validitas
- Lampiran 4 Uji Reabilitas

**PENGARUH *RELATIONSHIP QUALITY* DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP LOYALITAS NASABAH DI PT. BANK BTN SYARIAH
MATARAM**

**OLEH:
JUMARIANINGSIH
NIM 1502151868**

ABSTRAK

Skripsi ini merupakan penelitian lapangan yang berjudul Pengaruh *Relationship Quality* dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah di PT. Bank BTN Syariah Cabang Mataram. Penelitian ini menjawab pertanyaan mengenai apakah kualitas hubungan dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas nasabah pada Bank BTN Syariah Cabang Mataram. Fokus yang dikaji dalam skripsi ini adalah pengaruh secara simultan terhadap loyalitas nasabah.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan dengan menggunakan metode kuantitatif. Sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan melalui wawancara secara langsung dan dari dokumen yang tersedia, kemudian dilakukan pencatatan dan pengelolaan data dari hasil data kuesioner (angket) tersebut. Selanjutnya data yang terkumpul dianalisis dengan metode deskriptif kuantitatif yang berawal dari pengetahuan yang bersifat umum dikemukakan menuju ke hal yang bersifat khusus dan di bahas sesuai dengan teori yang bersangkutan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa analisis data Uji T diperoleh bahwa variabel *relationship quality* memiliki nilai $t_{hitung} (4,054) > t_{tabel} (1,988)$ dan variabel kualitas pelayanan memiliki nilai $t_{hitung} (4,345) > t_{tabel} (1,988)$ maka H_{a3} diterima yang berbunyi terdapat pengaruh *relationship quality* terhadap loyalitas nasabah bank BTN Syariah secara simultan dan dari hasil Uji F (simultan) bahwa $F_{hitung} 42,235 > F_{tabel} 2,69$ sehingga variabel *relationship quality* dan kualitas pelayanan berpengaruh positif secara parsial terhadap variabel loyalitas nasabah. Nilai koefisien determinasi (R^2) yaitu 0,465 yang berarti loyalitas nasabah dipengaruhi oleh variabel *relationship quality* dan kualitas pelayanan sebesar 46,5%, sisanya 53,5% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata Kunci: Pengaruh *Relationship Quality* (Kualitas Hubungan), Kualitas Pelayanan, Loyalitas Nasabah.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pesatnya perkembangan perbankan di dunia telah memberikan alternatif baru bagi konsumen pengguna jasa perbankan untuk menikmati produk-produk perbankan dengan metode bunga dan non bunga. Hal ini mengisyaratkan bahwa dunia perbankan internasional telah mengadapatasi prinsip-prinsip ekonomi yang ditawarkan oleh Islam, karena perkembangan dan informasi saat ini menyebabkan konsumen lebih mudah untuk berpindah terhadap pengguna produk, jasa atau merek tertentu. Banyak konsumen yang mulai berani mencoba dan tidak segan-segan untuk beralih ke produk, jasa atau merek baru. Selain itu, konsumen membutuhkan waktu yang lama untuk memutuskan suatu pembelian atau menetapkan suatu pilihan karena konsumen mulai bingung dengan banyaknya jumlah produk dan jasa perbankan yang ditawarkan saat ini.¹

Bisnis perbankan merupakan bisnis kepercayaan. Bank harus mampu memberikan rasa aman kepada nasabahnya menyangkut dana yang disimpan atau dana yang di kelola oleh bank tersebut. Dalam hal penghimpunan dana masyarakat yang merupakan salah satu sumber dana terbesar yang dalam hal ini adalah tabungan, giro dan deposito. Besarnya usaha yang dilakukan perbankan tidak terlepas dari pengalaman sebelumnya. Berdirinya bank syari'ah baru diatur dengan UU No. 10 1998 amandemen dari UU No.7 tahun 1992 tentang perbankan yang pengelolaannya berdasarkan prinsip bagi hasil.

¹ Edi Wibowo, *Mengapa Memilih Bank Syariah*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2015), hlm. 25.

Dalam UU No.10 tahun 1998 secara tegas membedakan bank yang pengolalanya secara konvensional dengan secara syariah. lalu disempurnakan dengan undang-undang tersendiri dengan lahirnya undang-undang No.21 tahun 2008 tentang perbankan syariah.²

Perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank dan unit usaha syariah, kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah, serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya dalam bentuk titipan (*wadi'ah*) dan memiliki fungsi menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk titipan dan investasi dari pihak pemilik dana. fungsi lainnya adalah menyalurkan dana kepada pihak lain yang membutuhkan dana dalam bentuk pembiayaan maupun kerjasama usaha.

Dalam rangka memenuhi kebutuhan nasabah perbankan, di mana semakin berkembangnya zaman nasabah semakin kreatif dan memiliki banyak informasi, sehingga dari sisi bank juga harus mengimbangi kreatifitas dan informasi-informasi yang dimiliki nasabah untuk menciptakan kualitas hubungan antara bank dengan nasabah secara terus-menerus. Salah satu Bank yang menerapkan sistem perbankan dengan mengedepankan pelayanan pada nasabah, yaitu Bank BTN Syariah Mataram. Bank BTN Syariah merupakan salah satu bank syariah yang berlokasi di jalan pejanggik, cakranegara, Mataram, Nusa Tenggara Barat.³ Kualitas hubungan (*relationship quality*) dijabarkan sebagai suatu yang dapat memuaskan konsumen sehingga setiap

² UU No. 10 Tahun 1998 Amandemen dari UU No. 7 Tahun 1992, Tentang Perbankan.

³ Ircham, Bidang SDM, PT.Bank BTN Syariah, *Wawancara*, pada Jum'at, 2 Juli 2019.

upaya pengembangan kualitas harus dimulai dari pemahaman terhadap persepsi-persepsi dan kebutuhan konsumen. Selain kualitas hubungan, kualitas pelayanan merupakan aspek penting yang harus diperhatikan oleh Bank BTN Syariah Mataram dalam menarik minat nasabah untuk menabung.

Dalam hal ini loyalitas nasabah memang sangat diperlukan oleh perusahaan, namun yang terpenting adalah bagaimana usaha yang dilakukan oleh perusahaan dalam mewujudkan loyalitas pelanggan tersebut dengan sebaik-baiknya dan setinggi-tingginya, yaitu dengan cara melibatkan pelanggan di dalam membina hubungan yang baik, karena jika perusahaan melibatkan pelanggan dalam proses bisnisnya itu berarti mengajak pelanggan untuk menciptakan rasa saling memiliki hubungan yang baik terhadap perusahaan.⁴

Kualitas hubungan (*relationship quality*) digunakan untuk menjaga silaturahmi antara bank dengan nasabah. Dengan adanya kualitas hubungan yang baik, maka nasabah Bank BTN Syariah itu sendiri sebagai penyedia jasa dan mempunyai keyakinan terhadap *performance* bank di masa depan karena tingkat *performance* bank di masa lalu yang telah diputuskan secara konsisten.⁵

Hal ini merupakan salah satu upaya bank BTN Syariah dalam pengembangan sistem ekonomi berdasarkan nilai kegiatan untuk memberikan layanan terbaik dan solusi yang bernilai tambah kepada seluruh nasabah dan

⁴Alma buchari, Manajemen Pemasaran dan pemasaran jasa (Alfabeta: Bandung, 2016), hlm. 148

⁵Tatang Kusmayadi, "Pengaruh *Relationship Quality* terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan," (*Skripsi*, STIE STAN, Indonesia Mandiri, 2015), hlm. 43.

selaku mitra. Serta mampu menciptakan kondisi yang baik sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi dan dapat dilihat dari arah kebijakan BTN Syariah untuk mencapai rencana bisnis atau rencana kerja, dan mewujudkan visi misi BTN Syariah yang telah ditetapkan, maka diperlukan arah kebijakan yang dijadikan pedoman dalam melakukan kegiatan usaha sehingga roda kegiatan bisa berjalan efektif efisien dalam mencapai tujuan untuk mengembangkan inisiatif-inisiatif bisnis yang berorientasi untuk memenuhi kebutuhan nasabah yang terus berkembang.

Berdasarkan latar belakang tersebut, dapat diketahui bahwa *relationship quality* dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dapat mempengaruhi kepuasan nasabah. Dalam jangka panjang kepuasan pelanggan dapat dijadikan tujuan utama bagi perencanaan strategi pemasaran di perbankan. Berdasarkan uraian di atas, peneliti ingin meneliti tentang kualitas hubungan dan kualitas pelayanan dalam meningkatkan loyalitas nasabah untuk menabung di Bank BTN Syariah Mataram, hal ini menjadi latar belakang peneliti untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas hubungan (*relationship quality*) dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah. Oleh karena itu, peneliti menyusun penelitian yang berjudul **“Pengaruh *Relationship Quality* dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah di PT.Bank BTN Syariah Mataram”**.

A. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang di atas, maka rumusan masalah penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh kualitas hubungan (*relationship quality*) secara parsial terhadap loyalitas nasabah di Bank BTN Syariah Cabang Mataram?
2. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap loyalitas nasabah di Bank BTN Syariah Cabang Mataram?
3. Apakah kualitas hubungan (*relationship quality*) dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas nasabah di Bank BTN Syariah Cabang Mataram?

B. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin diperoleh dari penelitian ini sebagai berikut:

- a. Ingin mengetahui pengaruh kualitas hubungan (*relationship quality*) terhadap loyalitas nasabah di Bank BTN Syariah Cabang Mataram.
- b. Untuk mengetahui kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di Bank BTN Syariah Cabang Mataram.
- c. Untuk mengetahui kualitas hubungan (*relationship quality*) dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Bank BTN Syariah Cabang Mataram.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang berharga bagi peneliti khususnya dan dapat memperkaya ilmu pengetahuan sekaligus memperkuat teori tentang hubungan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah.

b. Manfaat Praktis

- 1) Sebagai bahan masukan mengenai pengaruh pengetahuan tentang kualitas hubungan (*relationship quality*) dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah. Dan sebagai bahan pertimbangan pengambilan keputusan yang berhubungan dengan kelangsungan aktivitas operasional bank tersebut.
- 2) Hasil pemikiran ini diharapkan dapat membantu rekan-rekan mahasiswa maupun pihak lain yang membutuhkan informasi dan sebagai referensi dalam penelitian sejenis yang dibahas oleh penulis.

D. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel atau konstruk dengan cara memberikan arti, atau menspesifikasikan kegiatan, ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut.⁶

⁶ Nazir, *Metode Penelitian*. (Bogor : Ghalia Indonesia. 2011), hlm. 126.

Variabel	Definisi Variabel	Indikator
<i>Relationship Quality</i> (X ₁)	Mengukur seberapa jauh kepercayaan, kepuasan dan komitmen antara nasabah yang bisa dijelaskan sesuai dengan yang diharapkan	<ul style="list-style-type: none"> a. Kepercayaan (<i>Trust</i>) b. Kepuasan (<i>Satisfactions</i>) c. Persepsi Nilai d. Persahabatan/Ikatan Sosial (Komunikasi)
Kualitas Layanan (X ₂)	Pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen	<ul style="list-style-type: none"> a. Keandalan (<i>reability</i>) b. Daya tangkap (<i>responsibility</i>) c. jaminan (<i>assurance</i>) d. Empati (<i>empathy</i>) e. Bukti Lansung (<i>Tangibel</i>)
Loyalitas Nasabah (Y)	Menyangkut karakteristik atau perilaku konsumen terhadap pembelian ulang pada produk atau merek tertentu pada suatu perusahaan.	<ul style="list-style-type: none"> a. Kesetiaan/kebiasaan (<i>refeat</i>) b. pembelian ulang c. mereferensikan/merekomendasikan (<i>refeal</i>) d. komitmen/ketahanan (<i>retention</i>)

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN

A. Kajian Pustaka

Pada kajian pustaka ini, peneliti mengangkat beberapa penelitian terdahulu yang mempunyai kaitan dengan penelitian yang peneliti lakukan yaitu:

1. Uswatun hasanah, menulis skripsi tentang "Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Loyalitas Nasabah Pada BMT AL-Iqtishody Pengesangan Mataram."⁷

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif. Alat analisis meliputi uji regresi linear berganda, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik dan uji hipotesis. Dari hasil pengolahan data penelitian diperoleh regresi linear sederhana $Y=5.155+0.77X$ dan besar pengaruh langsung etika bisnis islam terhadap loyalitas nasabah adalah 55.4 % sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diungkapkan dalam penelitian ini. persamaanya yaitu metode yang digunakan kuantitatif teknik pengumpulan data dan teknik analisis data. perbedaanya penelitian ini yaitu variabel X2 yaitu pelayanan, objek penelitian dan tempat penelitian.

2. Andi Marlina DG bau, menulis skripsi tentang "Analisis terhadap Pengaruh Pelayanan Perbankan terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Mudarabah di PT.BPR Syariah PNM Patuh Beramal Bertais Kota Mataram."⁸

⁷ Uswatun Hasanah, "Pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap Loyalitas Nasabah Pada BMT AL-Iqtishody Pegesangan Mataram,"(Skripsi IAIN Mataram, Mataram, 2015).

Metode yang digunakan adalah riset keperpustakaan dan lapangan. Alat analisis adalah kualitatif dan kuantitatif, uji t dan uji f. Hasil dari tanggapan responden mengenai Pengaruh kualitas pelayanan pada produk tabungan *mudharabah* rata-rata skor jawaban sebesar 79,2 maka rata-rata skor tersebut berada pada tingkatan skor "tinggi". ini berarti bakat produk tabungan *mudharabah* memiliki kualitas pelayanan yang baik. Persamaannya yaitu metode penelitian yang digunakan, variabel dan analisis data yaitu regresi linear berganda. perbedaannya yaitu penelitian ini menggunakan metode tambahan wawancara dan studi pustaka, sedangkan penelitian yang akan diteliti dan tidak menggunakan wawancara dan studi pustaka. Teknik analisis data sama tetapi untuk lokasi dan objek penelitiannya berbeda.

3. Muhammad Rajin, menulis skripsi tentang "Pengaruh Pelayanan Pengadaian Syariah Rentang Lombok Tengah terhadap Loyalitas Nasabah."⁹

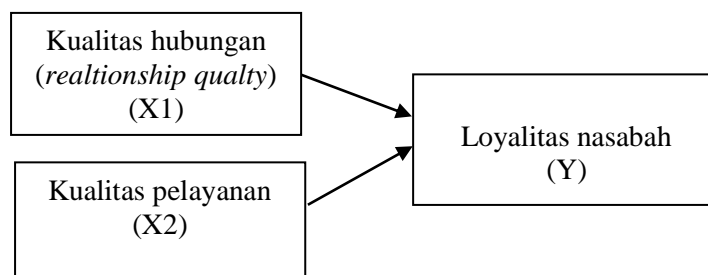
Metode analisis yang digunakan adalah metode analisis deskriptif dan metode analisis regresi linear berganda. Jenis penelitian adalah penelitian asosiatif, dan data yang digunakan adalah primer dan data sekunder. Data diolah secara statistik dengan program SPSS for windows, yaitu model uji t, uji f, dan koefisien determinan (R^2). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan pengaruh relationship quality dan kualitas pelayanan pengadaian berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

⁸Andi Marlina DG Bau, "Analisis terhadap Pengaruh Pelayanan Perbankan terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Mudharabah di PT.BPR Syariah PNM Patuh Beramal Bertais Kota Mataram" (*Skripsi*, Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas IAIN Mataram, Mataram 2008).

⁹Muhammad Rajin, "Pengaruh Pelayanan Pengadaian Syariah Rentang Lombok Tengah terhadap Loyalitas Nasabah" (*Skripsi*, Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas IAIN Mataram, Mataram, 2013).

perbedaannya penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data wawancara sedangkan penelitian yang akan diteliti tidak menggunakannya. Objek dan tempat penelitian juga berbeda. Persamaan penelitiannya yaitu menggunakan metode analisis deskriptif, metode analisis regresi berganda, dan variabel.

B. Kerangka Berpikir



Peneliti akan menguji pengaruh dari kualitas hubungan (*relationship quality*) sebagai variabel independen (X1) dan kualitas pelayanan (X2) sebagai variabel dependen (Y), hingga hasil dari penelitian akan menemukan hasil antara ada pengaruh atau tidak ada pengaruh antara kedua variabel tersebut.

1. Konsep Kualitas Hubungan (*Relationship Quality*)

a. Pengertian Kualitas Hubungan (*Relationship Quality*)

Dari beberapa definisi mengenai *relationship quality* yang diungkapkan oleh para ahli di atas, dapat peneliti simpulkan bahwa *relationship quality* merupakan kualitas yang ditunjukkan dari suatu hubungan, di mana kualitas ini timbul dari interaksi yang terjadi dari satu pihak kepada pihak lain secara terus-menerus. Dalam konteks perbankan, *relationship quality* atau kualitas hubungan berkaitan dengan produk,

layanan, ataupun harga. Dalam rangka memenuhi kebutuhan nasabah perbankan, di mana semakin berkembangnya zaman nasabah semakin kreatif dan memiliki banyak informasi, sehingga dari sisi bank juga harus mengimbangi kreatifitas dan informasi-informasi yang dimiliki nasabah untuk menciptakan kualitas hubungan antara bank dengan nasabah secara terus-menerus.¹⁰

b. Indikator *Relationship Quality* (Kualitas Hubungan)

Indikator relationship (kualitas hubungan) adalah sebagai berikut:¹¹

1) Kepercayaan

Kepercayaan konsumen (*customer beliefs*) adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat konsumen tentang objek, atribut dan manfaatnya. Objek (*objects*) dapat berupa produk, orang, perusahaan dan segala sesuatu dimana seseorang memiliki kepercayaan dan sikap. Atribut (*attributes*) adalah karakteristik atau fitur yang mungkin dimiliki atau tidak dimiliki oleh objek.

2) Kepuasan

Kata “kepuasan atau *satisfaction*” berasal dari bahasa latin “*satis*” (artinya cukup baik, memadai) dan “*facio*” (melakukan atau membuat). Secara sederhana kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Namun, ditinjau dari perspektif perilaku konsumen, istilah kepuasan pelanggan lantas

¹⁰ Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran, Edisi Pertama. (Andi Offset, Yogyakarta, 2001)

¹¹ Alma, Buchari, Manajemen pemasaran dan Pemasaran jasa, .hlm. 278.

menjadi sesuatu yang kompleks. Bahkan, hingga saat ini belum dicapai kesepakatan atau konsensus mengenai konsep kepuasan pelanggan.

3) Persepsi nilai

Nilai pelanggan merupakan sebuah rasio dari manfaat yang didapat oleh pelanggan dengan pengorbanan. Perwujudan pengorbanan yang dilakukan oleh pelanggan sejalan dengan proses pertukaran adalah biaya transaksi, dan risiko untuk mendapatkan produk (barang dan jasa) yang ditawarkan oleh perusahaan. Ketika nilai yang dirasakan dari rasio yang dipersepsikan oleh pelanggan atas sejumlah pengorbanan ekonomi dengan produk yang ditawarkan perusahaan tidak sesuai dengan harapan pelanggan, maka akan.¹²

4) Ikatan sosial / persahabatan

Ikatan adalah sesuatu yang mengikat yang saling menguatkan satu sama lain, sedangkan sosial adalah sesuatu yang dipahami memiliki perbedaan tetapi tetap dianggap sebagai satu kesatuan dan saling membutuhkan. Ikatan sosial ini terbentuk dari hubungan manusia satu dengan manusia yang lainnya, dimana di antara mereka memiliki keterikatan hubungan, dan saling membutuhkan satu sama lain, karena pada dasarnya manusia tidak dapat hidup sendiri (makhluk sosial).¹³

¹²Paulus Ongko Widjojo, "Pengaruh Persepsi Nilai Pelanggan dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen Hypermart Pakuwon Trade Center di Surabaya" dalam <http://journal.wima.ac.id/index.php/kamma/article/view/487/458>, diakses 2 Februari 2016.

¹³ Wiryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Grasindo, 2004), hal. 36.

c. Hubungan *Relationship Quality* (Kualitas Hubungan) dan Loyalitas Nasabah

Ketika konsumen memilih untuk menggunakan produk pada bank atau perusahaan sebenarnya mereka sudah memiliki alasan-alasan yang positif antara pihak bank dan nasabah, misalnya mereka sudah merasa puas dengan pelanannya sehingga mereka merasa loyal.

Relationship merupakan kunci keberhasilan dari pemasaran (*relationship quality*) yang dapat mengukur seberapa jauh kepercayaan, kepuasan dan komitmen antara nasabah yang bisa dijelaskan sesuai dengan yang diharapkan.

d. *Relationship Quality* (Kualitas Hubungan) dalam Persepektif Islam

Adapun nilai-nilai islam yang harus diterapkan dalam memberikan pelayanan yang maksimal yaitu :

1) Sidiq (Jujur)

Sidiq artinya jujur (sesuai dengan fakta yang terjadi). Karyawan yang ada di BTN Syariah Mataram harus berkata jujur dan benar ,ketika ada kesalahan atau kenadala dalam melayani nasabahnya.

2) Amanah

Amanah mempunyai makna bisa dipercaya, menjalankan sebaik mungkin apa yang diamanatkan atau dipercayakan kepadanya. Bank BTN Syariah Mataram memberikan citra positif terhadap produknya. Apabila complain dari nasabah, maka pihak bank akan bertanggung jawab dan segera menyelesaikannya.

3) **Tabliq (Kesopanan dan Keramahan)**

Tabliq adalah menyampaikan informasi yang mudah dimengerti dan dipahami, sifat tabliq artinya komunikatif dan argumentatif orang yang memiliki sifat akan menyampaikan dengan benar dan tutur kata yang tepat. Kesopanan dan keramahan merupakan inti dalam memberikan pelayanan kepada orang lain.¹⁴

Karyawan Bank BTN Syariah Mataram menyampaikan sesuatu harus menggunakan tutur kata yang tepat, sopan, dan ramah. Apabila ada keluhan nasabahnya harus dikomunikasikan dengan baik.

4) **Fathanah (Profesional)**

Fathanah ialah memiliki pengetahuan yang luas (cerdas), nilai-nilai dalam bisnis memiliki visi, misi dan memiliki pemimpin yang cerdas, strategi pemasaran adalah yang berkaitan dengan *fathonah*.¹⁵

1. **Kualitas Layanan**

a. **Pengertian Kualitas Pelayanan**

Kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau yang melebihi harapan.

Sedangkan menurut pandangan Tjiptono kualitas jasa merupakan sesuatu yang dipersepsikan oleh pelanggan. Pelanggan akan menilai kualitas sebuah jasa yang dirasakan berdasarkan apa yang mereka deskripsikan dalam benak mereka. Pelanggan akan beralih ke penyedia jasa lain yang lebih

¹⁴ Hermawan Kartajaya dan Syakir Sula, *Syariah Marketing* (Bandung : Mizan, 2006), Hlm,132.

¹⁵ Abdul Aziz Muhammad Azam, *Fiqih Muamalah*, (Jakarta: Amzah,2010),hlm.82

mampu memahami kebutuhan spesifik pelanggan dan memberikan layanan yang lebih baik, sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen.¹⁶

b. Indikator Kualitas Pelayanan

Berikut kualitas pelayanan pelayanan sebagai berikut :¹⁷

1. *Tangibles* (bukti fisik) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eskternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.
2. *Realibility* (kehandalan) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
3. *Responsiviness* (ketanggapan) yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas.
4. *Assurance* (jaminan) dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopan santunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.

¹⁶ Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Service, Quality dan satisfication*, (Yogyakarta: Andi, 2005), h. 11.

¹⁷ Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran, jilid 1, edisi milenium*, (Jakarta: Prehallindo, 2002), h. 83.

5. *Empathy* (empati) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

c. **Kualitas Pelayanan dalam Persepektif Islam**

Yang menjadi tolak ukur untuk menilai kualitas pelayanan yaitu standarisasi syariah. Islam mengisyaratkan kepada manusia kepada manusia agar selalu terikat dengan hukum syara' dalam menjalankan setiap aktivitas ataupun memecahkan setiap permasalahan.

Memberikan pelayanan terbaik kepada ummat manusia adalah pekerjaan yang sangat mulia dan merupakan pintu kebaikan bagi siapa saja yang mau melakukannya. Apabila pelayanan baik (rumah tamah, memiliki etika), maka konsumen merasa sangat dihargai. Adapun nilai-nilai islam yang harus diterapkan dalam memberikan pelayanan yang maksiamal yaitu :

1) **Sidiq (Jujur)**

Sidiq artinya jujur (sesuai dengan fakta yang terjadi). Karyawan yang ada di BTN Syariah Mataram harus berkata jujur dan benar ,ketika ada kesalahan atau kenadala dalam melayani nasabahnaya.

2) **Amanah**

Amanah adalah tanggung jawab dalam melaksanakan setiap tugas dan kewajiban. Allah swt berfirman dalam surat An-nisa ayat 58 :

النَّاسِ أَنْ تَحْكُمُوا بِالْعَدْلِ ۚ إِنَّ اللَّهَ نِعِمَّا يَعِظُكُمْ بِهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ كَانَ
سَمِيعًا بَصِيرًا

Artinya:

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

3) **Tabliq (Kesopanan dan Keramahan)**

Tabliq artinya komunikatif dan argumentatif orang yang memiliki sifat akan menyampaikan dengan benar dan tutur kata yang tepat. kesopanan dan keramahan merupakan inti dalam memberikan pelayanan kepada orang lain.¹⁹

Karyawan Bank BTN Syariah Mataram menyampaikan sesuatu harus menggunakan tutur kata yang tepat, sopan, dan ramah. apabila ada keluhan nasabahnya harus dikomunikasikan dengan baik.

4) **Fathanah (Profesional)**

Profesional adalah bekerja dengan maksimal dan penuh komitmen dan kesungguhan. Sifat profesionalisme digambarkan dalam al-quran surat

Al-Israa Ayat 84 :

قُلْ كُلٌّ يَعْمَلُ عَلَىٰ شَاكِلَتِهِ فَرَبُّكُمْ أَعْلَمُ بِمَنْ هُوَ أَهْدَىٰ سَبِيلًا

Artinya :

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

¹⁸ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Op.Cit, hlm. 69

¹⁹ Hermawan Kartajaya dan Syakir Sula, *Syariah Maerketing* (Bandung : Mizan, 2006), Hlm, 132.

jalannya".²⁰

Karyawan Bank BTN Syariah Mataram selalu sesuai dengan profesinya masing-masing, sehingga mampu menghasilkan yang baik bagi orang lain. Tidak soal bekerja saja, ketika ibadah datang waktu shalat mereka mengerjakan shalat karena itu juga sudah menjadi kewajiban mereka sebagai umat Islam.

3. Konsep Loyalitas

a. Pengertian Loyalitas

Loyalitas berasal dari kata dasar "loyal" yang berarti setia atau patuh, loyalitas berarti mengikuti dengan patuh dan setia terhadap seseorang atau sistem atau peraturan. Istilah loyalitas ini sering di definisikan bahwa seseorang akan disebut loyal atau memiliki loyalitas yang tinggi jika mau mengikuti apa yang diperintahkan.²¹

b. Indikator Loyalitas Nasabah

Loyalitas pelanggan diartikan sebagai loyalitas yang ditunjukkan oleh para nasabah terhadap bank. Beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur variabel loyalitas pelanggan/nasabah adalah :

- 1) *Repeat*, kesetiaan/kebiasaan transaksi, adalah seberapa sering nasabah bank melakukan transaksi melalui bank tersebut.

²⁰ QS, Al-Israa Ayat 84.

²¹ Fandy Tjiptono, Manajemen pemasaran hlm. 34.

- 2) Pembelian ulang, adalah kemauan nasabah bank untuk melakukan transaksi dengan memanfaatkan berbagai layanan lainnya yang disediakan oleh bank tersebut.
- 3) *Referral*, mereferensikan/merekomendasikan, adalah pengkomunikasian secara lisan mengenai pengalaman transaksi nasabah bank yang baik kepada orang lain dengan harapan orang tersebut mau untuk mengikutinya.
- 4) *Retention*, ketahanan/komitmen adalah kemauan nasabah untuk tetap memanfaatkan pelayanan yang di sediakan oleh bank dimasa datang dan enggan untuk berhenti sebagai nasabah bank tersebut.

C. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan dugaan sementara terhadap rumusan masalah.²² Hipotesis tersebut akan ditolak jika ternyata salah, dan akan diterima jika fakta-fakta membenarkan. Hipotesis diartikan kebenarannya. Berdasarkan uji statistik, penulisan menggunakan hipotesis nol atau hipotesis nilai dan juga hipotesis alternatif.²³ Berdasarkan dari penelitian sebelumnya bahwa *relationship quality* (kualitas hubungan) dan kualitas pelayanan berpengaruh positif secara signifikan terhadap loyalitas nasabah. Peneliti juga ingin mengetahui apakah *relationship quality* (kualitas hubungan) dan kualitas pelayanan berpengaruh atau tidak secara signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank BTN Syariah Mataram. Sehingga peneliti menggunakan hipotesis sebagai berikut:

²² Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2009), h. 25.

²³ Iqbal Hasan, *Analisis data Penelitian Dengan Statistik*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2004), h.

Ha₁: Terdapat pengaruh *relationship quality* terhadap loyalitas nasabah Bank BTN Syariah Mataram secara parsial.

Ha₂: Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah Bank BTN Syariah Mataram secara parsial.

Ha₃: Terdapat pengaruh *relationship quality* dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah Bank BTN Syariah Mataram secara simultan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Dan Pendekatan Penelitian

Metode penelitian adalah cara yang digunakan oleh peneliti dalam merancang, melaksanakan, mengolah data, dan menarik kesimpulan berkenaan dengan masalah penelitian tertentu. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel, baik satu variabel maupun lebih (*independen*) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel lain.

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.²⁴ Penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu variabel bebas (X) adalah kualitas hubungan (*Relationship Quality*), kualitas pelayanan dan variabel terikat (Y) adalah loyalitas nasabah.

B. Populasi Dan Sampel

Dalam melakukan sesuatu penelitian diperlukan sumber data, yaitu dari mana data dapat diperoleh. Sumber data dalam penelitian erat hubungannya dengan sebagian atau seluruh sumber data yang diambil sebagai subyek penelitian. Berikut ini akan dibahas mengenai populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini:

²⁴Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D Edisi Ke-12* (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm. 147

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.²⁵ Dalam penelitian ini yang dijadikan populasi adalah seluruh nasabah pada PT. Bank BTN Syariah Mataram Jl. Pejanggik, Kota Mataram, Nusa Tenggara Barat.

Berdasarkan data yang peneliti peroleh, jumlah populasi yang berbelanja pada tahun 2018 sebesar 3.000.410.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misal karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.²⁶ Dari keseluruhan Nasabah pada PT. Bank BTN Syariah Mataram, maka diambil sampel menggunakan Formula Slovin yaitu sebagai berikut:²⁷

$$\begin{aligned} N &= \frac{n}{Nd^2+1} \\ &= \frac{3.000.410}{3.000.410(10\%)^2+1} \\ &= \frac{3.000.410}{(0,01)+1} \\ &= 99.99 \end{aligned}$$

²⁵ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 80.

²⁶ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif...*, hlm. 81

²⁷ Suryani & hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasinya pada Pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*, (Jakarta: Kencana, 2015), hlm. 194.

Dari formula diatas menghasilkan sampel yang bulatkan sebesar 100 sampel yang dijadikan responden dalam penelitian ini.

Pada penelitian ini, teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *sampling incidental* yaitu teknik menentukan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang secara kebetulan dengan peneliti, maka itu akan dijadikan sampel.²⁸

C. Waktu Dan Tempat Penelitian

Tempat penelitian ini dilakukan di PT.Bank BTN Syariah Mataram, Nusa Tenggara Barat dan penelitian ini dilakukan dari bulan juli sampai agustus 2019.

D.Variabel Penelitian

Menurut *Sugiono*, berdasarkan hubungan antara satu variabel dengan variabel lain, maka variabel dalam penelitian ini sebagai berikut :²⁹

1. Variabel Bebas (*Independent variabel*)

Variabel ini sering disebut sebagai variabel simulus, *predicator*, *antecedent*. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). maka dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas (*indepdent variabel*) adalah kualitas hubungan (*realtionship quality*) (X1) dan loyalitas nasabah (X2).

²⁸ *Ibid* hlm.50.

²⁹ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 148.

2. Variabel Terikat (*Dependent Variabel*)

Variabel terikat (*dependent variabel*) merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah : Y = Loyalitas nasabah.

E.Desain Penelitian

Desain dari penelitian adalah semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif.³⁰ Sesuai dengan latar belakang masalah yang disebutkan sebelumnya, maka desain tulisan ini termasuk pada jenis penelitian menggunakan jenis penelitian lapangan (*field research*) yang dilakukan dengan mengumpulkan data dan informasi yang diperoleh langsung oleh peneliti dari responden pada Bank BTN Syariah Cabang Mataram. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yaitu menggambarkan dengan menganalisis *relationship quality* (kualitas hubungan) dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah. Alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kuesioner (angket). Teknik pengumpulan data dalam yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dan menyebarkan kuesioner pada responden.

F. Istrument/Alat Dan Bahan Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati.³¹Alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kuesioner (Angket). Kuesioner merupakan teknik

³⁰ Moh Nazir, *Metode Penelitian*, (Bogor: Ghalia Indonesia,2011). hlm. 84.

³¹ Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kombinasi* (Bandung:Alfabeta,2014), hlm. 147.

pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.³²

G.Teknik Pengumpulan Data/Prosedur Penelitian

Teknik pengumpulan data merupakan suatu cara yang digunakan dalam upaya memperoleh dan mengumpulkan data yang diperlukan dalam suatu penelitian. Adapun metode-metode yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut.³³

1. Observasi

Observasi merupakan suatu teknik pengumpulan data melalui pengamatan terhadap kegiatan yang sedangberlangsung. Observasi dapat dilakukan secara partisipasi atau non partisipatif. Observasi partisipatif adalah pengamat tidak ikut serta dalam kegiatan, dimana dia hanya berperan mengamati kegiatan.³⁴

Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah melakukan pengamatan langsung kepda perusahaan PT.Bank BTN Syariah Mataram yang berada di Jln. Pejanggik kota mataram.

1. Dokumentasi

Dokumentasi adalah mencari data mengenai hal-hal atau variabel berupa catatan,transkrip, buku,surat kabr, majalah, prasasti,noutulen, rapat

³² Sugiyono, *Metode Penelitian...*,hlm. 149.

³³ Sugiyono, *Metodelogi penelitian kombinasi, kuantitatif dan mixed methos*, (Bandung : Alfabeta, 2014),hlm. 308.

³⁴ Nana Syaodih Sukmadinata, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2010),hlm 220.

dan sebagainya.³⁵ Peneliti menggunakan metode dokumentasi dengan tujuan untuk mengumpulkan data-data tertulis yang dibutuhkan dilokasi peneliti yakni struktur organisasi Bank BTN Syariah Mataram dan berbagai berkas dan berbagai dokumen lainnya yang terkait dengan penelitian tentang pengaruh realtionship quality dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah.

2. Kuesioner (angket)

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab.³⁶ Pertanyaan dalam angket berpedoman pada indikator-indikator variabel, pengerjaannya dengan memiliki salah satu alternatif jawaban yang telah disediakan.

Kuesioner yang digunakan peneliti adalah kuesioner tertutup, yaitu pertanyaan yang diberikan kepada responden sudah dalam bentuk pilihan ganda setiap pertanyaan sudah sediahkan lima jawban dengan sekor masing-masing. Skala yang digunakan adalah skala likert. Adapun kategori yang digunakan peneliti adalah :

Dalam penelitian ini skala pengukuran yang digunakan adalah skala *Likert*, yaitu skala yang untuk mengukur pendapat orang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial, penulisan analisis kuantitatif menggunakan pertanyaan dan skor dengan rumus sebagai berikut :

³⁵ Suharsimi Arikanto, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*, (Jakarta: Bina Aksara, 1989),Hlm,224.

³⁶ Sugiono, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif...*,Hlm.142.

1. Sangat Setuju (SS) : Skor 5.
2. Setuju (S) : Skor 4.
3. Netral (N) : Skor 3.
4. Tidak Setuju (TS) : Skor 2.
5. Sangat Tidak Setuju (STS): Skor 1.

Diharapkan dengan penelitian ini dapat menggali banyak informasi dari subyek yang berkaitan secara langsung dengan masalah penelitian yang menjadi fokus utama dalam penelitian ini.

H. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan suatu kegiatan yang dilakukan oleh peneliti setelah data terkumpul. Adapun alat yang digunakan dalam analisis data adalah:

1. Uji Instrumen

a) Uji Validitas

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti.³⁷ Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pernyataan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Penentuan valid atau tidaknya item yang digunakan, maka kegiatan yang harus dilakukan adalah membandingkan r_{hitung} dengan r_{tabel} , dimana taraf signifikansi untuk uji dua arah yang digunakan adalah 0,05 atau 5 % dengan $N = 40$ jika $r_{tabel} < r_{hitung}$ maka valid.

³⁷ Margono, *Metode Penelitian Pendidikan* (Jakarta: Rineka Cipta, 2004), h. 118.

Dalam uji coba instrument penelitian dilaksanakan pada 97 responden, sehingga nilai r_{tabel} diperoleh dari nilai sig 5 % dan $(df=N-k) = 100-2 = 98$ sehingga r_{tabel} dalam penelitian ini adalah 0,1996. Untuk mengetahui tingkat validitas tersebut, maka akan dilakukan terlebih dahulu perhitungan statistik dengan menggunakan *SPSS versi 16.0*.

b) Uji Reabilitas

Reabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukuran yang sama pula.³⁸ Metode penelitian yang sering digunakan dalam penelitian untuk mengukur skala rentangan (seperti skala likert 1-5) adalah *Cronbach Alpha*. Angka *cronbach* pada kisaran 0,70 adalah dapat diterima, diatas 0,80 adalah baik.³⁹

2. Uji Asumsi Klasik

Uji aasumsi klasik adalah pengujian pada varibel penelitian dengan regresi apakah dalam variabel dan model regresinya terjadi kesalahan atau penyakit. Dalam penelitian ini uji asumsi klasik yang digunakan adalah uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedasitas.

a) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat variabel pengganggu atau residual yang memiliki distribusi normal dalam model regresi.

³⁸ Sofyan Sireger, *Metode Penelitian...*, hlm.55

³⁹ *Ibid.* hlm 153

Uji normalitas untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji *kolmogorov smirnov* satu arah. Pengambilan kesimpulan untuk menentukan apakah suatu data mengikuti distribusi normal atau tidak adalah dengan menilai nilai signifikannya. Jika signifikannya $> 0,05$ maka berdistribusi normal dan sebaliknya jika signifikan $< 0,05$ maka variabel tidak berdistribusi normal. Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan program *SPSS versi 16.0*.

b) Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas di dalam regresi maka dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor (VIF)*. Nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/Tolerance$). Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan tingkat multikolinieritas adalah nilai *tolerance* $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai ≥ 10 .

c) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas, cara mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas yaitu

dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (*dependen*) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID, deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah *residual* ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di *studentized*.⁴⁰

3. Uji Hipotesis

a) Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi berganda adalah pengembangan dari regresi linier sederhana, yaitu sama-sama alat yang dapat digunakan untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel bebas (*independen*) terhadap satu variabel tak bebas (*dependen*). Perbedaan penerapan metode ini hanya terletak pada jumlah variabel bebas yang digunakan. Penerapan metode regresi berganda jumlah variabel bebas yang digunakan lebih dari satu yang mempengaruhi satu variabel tak bebas.⁴¹

Penggunaan metode ini untuk mengetahui pengaruh *relationship quality* dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah dengan model dasar sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots + b_nX_n$$

Keteangan:

Y = Loyalitas Nasabah

X₁ = *Relationship Quality*

X₂ = Kualitas Pelayanan

⁴⁰ Gujarati, *Ekonomitrika Dasar*, (Jakarta Erlangga, 1999), hlm. 187

⁴¹ Sofyan siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hlm. 379.

X_n = Variabel bebas ke-n

a dan b_1 serta b_2 = konstanta

b) Uji F (Simultan)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.⁴² Kriteria dalam uji F adalah sebagai berikut:

1. Taraf signifikan $\alpha = 0,05$.
2. H_0 akan ditolak jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, artinya variabel independen (X) secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y).
3. H_a akan diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, artinya variabel independen (X) secara simultan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y).

c) Uji t (Parsial)

Uji signifikan t digunakan untuk melihat signifikan pengaruh dari variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel dependen. Penguji ini dilakukan dengan menggunakan signifikan level ($\alpha = 5\%$) penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria:

1. Jika nilai signifikan $< 0,05$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan), ini berarti secara parsial variabel

⁴² Dwi priyanri, Mandiri Belajar SPSS untuk analisis data dan uji statistik, (Yogyakarta: Mediakom, 2008), hlm. 81.

independen tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. maka H_1 diterima dan H_0 ditolak.

2. Jika nilai signifikan $> 0,05$ atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan), ini berarti secara parsial variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

d) Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) merupakan ukuran untuk mengetahui persentase kesesuaian atau ketepatan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dalam suatu persamaan regresi. Koefisien regresi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Jika dalam uji empiris didapat nilai *adjusted* R^2 negatif, maka nilai *adjusted* R^2 dianggap bernilai nol. Secara matematis jika nilai $R^2 = 1$, maka *adjusted* $R^2 = R^2 = 1$, sedangkan jika nilai $R^2 = 0$, maka *adjusted* $R^2 = (1-k)/(n-k)$. Jika $k > 1$, maka *adjusted* R^2 akan bernilai positif.

I. Sistematika Pembahasan

Penulisan hasil penelitian ini merujuk pada pedoman Skripsi UIN Mataram. Adapun sistematika penulisan skripsi ini sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, terdiri atas latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat, dan definisi operasional.

Bab II Kajian Pustaka dan Hipotesis, Pada bab ini akan menguraikan tentang kajian pustaka, kerangka berpikir, hipotesis penelitian yang merupakan

jawaban sementara dari rumusan masalah penelitian.

Bab III Metode Penelitian, Dalam bab ini membahas tentang jenis dan pendekatan penelitian yang bersifat deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Variabel penelitiannya, yaitu Dependent dan Independent, desain penelitian, serta teknik pengumpulan data atau prosedur penelitian, teknik analisis data-data yang ditemukan di lapangan apakah sesuai teori.

Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan. Bab ini berisi tentang analisis peneliti dalam melakukan penelitian yang berdasarkan dari temuan-temuan penelitian yang telah dipaparkan pada bab III, serta menggambarkan secara singkat tentang gambaran lokasi penelitian dan temuan-temuan dalam melakukan penelitian. Pada bab ini akan membahas tentang, (1) apakah ada pengaruh kualitas hubungan (*relationship quality*) secara parsial terhadap loyalitas nasabah di PT. Bank BTN Syariah Cabang Mataram, (2) apakah pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap loyalitas nasabah di PT. Bank BTN Syariah Mataram, (3) apakah kualitas hubungan (*relationship quality*) dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas nasabah di PT. Bank BTN Syariah Mataram.

Bab V Penutup, terdiri dari kesimpulan hasil penelitian dan saran-saran praktis seperlunya sesuai dengan fokus kajian berdasarkan manfaat hasil penelitian.

Daftar Pustaka berisi sejumlah referensi peneliti dalam melakukan peneliti yang diambil dari buku ilmiah, jurnal, skripsi, maupun internet atau website resmi lainnya.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Profil Bank PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Syariah Mataram.

Unit Usaha PT. Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk atau di singkat UUS BTN beroperasi secara penuh berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Unit Usaha Syariah BTN hadir dengan yang dibentuknya Divisi Syariah pada tanggal 04 November 2004 yang merupakan kantor pusat dari seluruh kantor-kantor Cabang Syariah. Pada tanggal 14 februari 2005 Unit Usaha Syariah BTN membuka kantor Cabang Syariah pertamanya di Jakarta. BTN Syariah berkeyakinan bahwa operasional perbankan yang berlandaskan prinsip bagi hasil dan pengambilan *margin* keuntungan dapat mendorong terciptanya stabilitas perekonomian seperti terurai dalam tujuan pembentukan BTN Syariah sebagai berikut :⁴³

- a. Memperluas dan menjangkau segmen masyarakat yang menghendaki produk perbankan syariah.
- b. Meningkatkan daya saing Bank BTN dalam layanan jasa perbankan.
- c. Mempertahankan loyalitas nasabah bank btn yang menghendaki transaksi perbankan berdasarkan prinsip syariah.

⁴³ Produk dan Jasa Layanan BTN Syariah, Mataram,2017. Hlm 12

- d. Memberikan keseimbangan dalam pemenuhan kepentingan segenap *stakeholders* serta memberikan ketentraman pada segenap nasabah dan pengawai.

Unit usaha syariah telah banyak mengalami perkembangan yang cukup pesat. Dari tahun 2005 sampai desember 2016 telah dibuka kantor cabang syariah (KCS) sebanyak 23 kantor, Kantor Cabang pembantu Syariah (KCPS) sebanyak 36 kantor, kantor kas Syariah sebanyak 6 kantor, serta kantor layanan Syariah sebanyak 286. Di tahun 2017 ini Unit Usaha Syariah BTN akan melakukan ekspansi dengan penambahan 1 kantor Cabang Syariah (KCS) sebanyak 10 kantor di mana 3 KCPS telah di buka pada Triwulan 1, serta penambahan 2 kantor kas syariah baru. Potensi pasar syariah yang dianggap cukup besar di provinsi Nusa Tenggara Barat membuat PT Bank Tabungan Negara (BTN) melakukan ekspansi dengan mengembangkan Unit Usaha Syariah (UUS) di daerah NTB. Seiring positif perkembangan bisnis syariah, PT. Bank Tabungan Negara Tbk (BBTN), atau Bank BTN Syariah, yang bertempat, Jl. Pejanggik No.18-19 Cakranegara Mataram provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB). Pengembangan itu ditandai dengan pembukaan kantor cabang Bank BTN Syariah ke-24 di Mataram ibu kota NTB.⁴⁴

2. Fasilitas Yang Diberikan Bank BTN Syariah Untuk Memenuhi Kebutuhan dan Memudahkan Segala Transaksi Nasabah

- a) Fasilitas layanan kartu yang memebrikan kemudahan bagi nasabah melalui ATM seperti tarik tunai dan transfer, dapat dilakukan di seluruh jaringan

⁴⁴ Ibid.hlm 13

ATM Bank BTN, Link, ATM Bersama, Prima, Visa dan Plus serta berbelanja di toko-toko berlogo Visa di dalam dan luar negeri.

- b) Fasilitas layanan pengiriman uang secara real time ke sesama bank BTN dan BTN Syariah serta pengiriman uang ke bank lain menggunakan fasilitas SKN, RTGS, Link, ATM Bersama dan Prima.
- c) *iCash*, layanan berbasis internet dengan menggunakan aplikasi browser yang berguna untuk membantu nasabah dalam mengelola kegiatan perbankan secara mandiri, efektif dan efisien.
- d) *Payment point* BTN iB, fasilitas layanan bagi nasabah untuk memudahkan dalam membayar tagihan rutin seperti tagihan telepon, telepon seluler, listrik, air dan pajak.
- e) *Payroll* BTN iB, layanan bagi perusahaan, lembaga atau perorangan dalam mengelola pembayaran gaji, THR, bonus dan kebutuhan finansial lainnya yang bersifat rutin bagi karyawan.
- f) Penerimaan biaya perjalanan haji, fasilitas yang memberikan kepastian dan kemudahan untuk mendapatkan porsi keberangkatan ibadah haji dengan sistem online dari SISKOHAT.⁴⁵

Adapun produk yang ada di PT.Bank Tabungan Negara (Persero)

Tbk Kantor Cabang Syariah yaitu :

- a. Produk pengimpunan dana
- b. Produk Pembiayaan
- c. pembiayaan property BTN iB

⁴⁵ Endra kurniawan, *Branch Manager*, Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Syariah Mataram, *Wawancara*, tanggal 01 Juli 2019.

- d . pembiayaan bangun rumah BTN iB
- e. Pembiayaan Multimanfaat BTN iB
- f. Pembiayaan Multi Jaza BTN iB
- g. Pembiayaan Kendaraan Bermotor BTN iB
- h. Pembiayaan Tunai Emas BTN iB
- i. Pembiayaan Konstruksi BTN iB
- j. Pembiayaan Modal Kerja BTN iB
- k. Pembiayaan Investasi BTN iB

3. Letak geografis lembaga

Adapun letak geografis PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Syariah Mataram. yaitu berada ditempat yang cukup strategis, tepatnya di pinggir jalan raya di Jln Pejanggik, Cakranegara, Kota Mataram No 18-19, Nusa tenggara barat, Telpon: (021)83239, Dengan posisi menghadap barat dan situasi sekeliling kantor yang ramai, sehingga mudah dijangkau oleh masyarakat. Jika dilihat dari letak geografisnya, Kantor PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Syariah Mataram terletak pada, yaitu sebagai berikut:

Sebelah barat : Jalan Raya

Sebelah Timur : Rumah Warga dan Sawah-sawah

Sebelah Utara : Bank Mandiri

Sebelah Selatan : Bank Permata

4. Visi Dan Misi PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Syariah Mataram.

a. Visi

Menjadi yang terdepan dalam pembiayaan perumahan.

b. Misi

1. Memberikan pelayanan unggul dalam pembiayaan perumahan dan industri terkait, pembiayaan konsumsi dan usaha kecil menengah .
2. Meningkatkan keunggulan kompetitif melalui inovasi pengembangan produk, jasa dan jaringan strategis berbasis teknologi terkini .
3. Menyiapkan dan mengembangkan human capital yang berkualitas, profesional dan memiliki integritas tinggi.
4. Melaksanakan manajemen perbankan yang sesuai dengan prinsip kehati-hatian dan *good corporate governance* untuk meningkatkan *shareholder value*.
5. Memedulihkan kepentingan masyarakat dan lingkungannya.⁴⁶

5. Struktur organisasi PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Syariah Mataram

Struktur organisasi adalah susunan kedudukan dari para staf dan pegawai atau karyawan yang ada dalam suatu perusahaan, yang dimulai dari tingkat yang paling tinggi hingga tingkat yang paling rendah .

Adapun struktur organisasi Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Syariah Mataram secara sederhana dapat dilihat pada bagan sebagai berikut:

⁴⁶ Hesti Karisma, *Verifying*, Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Syariah Mataram, *Wawancara*, tanggal 20 juli 2019.

B. Analisis Penelitian

1. Deskriptif Data Responden

a) Jenis Kelamin Responden

Tabel 4.1
Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	47	47.0	47.0	47.0
	Perempuan	53	53.0	53.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber data: Output software versi spss 16.0

Berdasarkan jenis kelamin, responden yang berjenis kelamin Laki-laki sebanyak 47 orang dengan persentase 47,0%, dan responden perempuan sebanyak 53 dengan persentase 53,0%.

b) Usia responden

Tabel 4.2
Distribusi Responden Berdasarkan Umur

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<16	20	20.0	20.0	20.0
	16-25	30	30.0	30.0	30.0
	26-36	22	22.0	22.0	22.0
	>45	25	25.0	25.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber data: Output software versi spss 16.0

Berdasarkan data dari tabel 4.2 dapat diketahui bahwa responden yang berusia 16- 25 tahun berjumlah 20 orang atau sebesar 20,0 %, responden yang berusia antara 26-35 tahun berjumlah 30 orang atau

sebesar 30,0 %, responden yang berusia antara 36-45 tahun berjumlah 25 orang atau sebesar 25,0%, responden yang lebih dari 45 tahun berjumlah 25 orang atau 25,0 %, data diatas menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang sering menggunakan jasa Bank BTN Syariah Mataram adalah berusia antara 26-35 tahun.

c) Pekerjaan responden

Tabel 4.3
Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	Pelajar/Mahasiswa	25	25.0	25.0
	Wiraswasta	35	35.0	35.0
	Pegawai Negeri	26	26.0	26.0
	Wiraswasta	14	14.0	14.0
	Total	100	100.0	100.0

Sumber data: Output software versi spss 16.0

Berdasarkan persentase tabel responden berdasarkan tingkat pekerjaan responden diperoleh data pelajar/mahasiswa sebanyak 25 orang atau 25,0%, pada pekerjaan pegawai swasta sebanyak 30 orang atau 30,0%, pada pekerjaan pegawai negeri sebanyak 24 orang atau 24,0 %, pada pekerjaan wiraswasta sebanyak 14 orang atau 14,0%.

d) Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah Bank BTN Syariah Mataram

Tabel.4.4

No	Lama Transaksi	Jumlah (Orang)	Persentase
1.	< 6 bulan	25	25,0 %
2.	6s/d 12 bulan	60	60,0 %
3.	1 s/d 2 tahun	15	15,0 %
Total		100	100 %

Sumber data: Output software versi spss 16.0

Berdasarkan data dari tabel 4.4 menunjukkan bahwa responden yang lama menjadi nasabah di Bank BTN Syariah Mataram sebagian besar adalah lebih dari 6 bulan dengan jumlah 25 orang atau sebesar 25,0%, responden 6-12 bulan berjumlah 60 orang atau sebesar 60,0 %, responden yang menjawab 1-2 bulan berjumlah 15 orang atau sebesar 15,0 % dan total responden yang menjawab ada 100 atau sebesar 100%.

2. Deskriptif Variabel Responden

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 97 responden melalui penyebaran kuesioner, dalam mendapatkan kecenderungan jawaban responden terhadap jawaban masing-masing variabel akan didasarkan pada rata-rata skor jawaban sebagaimana pada lampiran.

a. Variabel *Relationship Quality* (X_1)

Variabel *Relationship Quality* (kualitas hubungan) pada penelitian ini diukur melalui 8 buah pertanyaan yang mempersentasikan indikator-indikator dari variabel tersebut. Hasil tanggapan responden terhadap *Relationship Quality* dapat dijelaskan pada tabel berikut ini:

1. Karyawan/petugas menggunakan bahasa yang mudah dimengerti oleh nasabah Bank BTN Syariah Mataram.

Tabel 4.5
Pertanyaan.X1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid STS	1	1,0	1,0	1,0
R	15	15,0	15,0	16,0
S	57	57,0	57,0	73,0
SS	27	27,0	27,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber data: Output software versi spss 16.0

Berdasarkan tabel menjelaskan bahwa sebanyak 27 responden atau 27,0% menyatakan sangat setuju, 57 responden atau 57,0% menyatakan setuju, 15 responden atau 15,0% menyatakan Netral, 1 responden menyatakan sangat tidak setuju atau 1,0%.

2. Ketelitian Karyawan/petugas dalam melakukan transaksi kepada nasabah.

Tabel 4.6
Pertanyaan X1.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid STS	1	1,0	1,0	1,0
TS	1	1,0	1,0	2,0
R	14	14,0	14,0	16,0
S	62	62,0	62,0	78,0
SS	22	22,0	22,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber data: Output software versi spss 16.0

Berdasarkan tabel menjelaskan bahwa sebanyak 22 responden atau 22,0% menyatakan sangat setuju, 62 responden atau 62,0% menyatakan

setuju, 14 responden atau menyatakan 14,0% netral, 1 responden atau menyatakan 1,0% tidak setuju, 1 responden atau menyatakan 1,0% sangat tidak setuju.

3. Saya merasa puas terhadap fasilitas yang disediakan Bank BTN Syariah Mataram

Tabel 4.7
Pertanyaan X1.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid STS	1	1,0	1,0	1,0
TS	9	9,0	9,0	10,0
R	41	41,0	41,0	51,0
S	41	41,0	41,0	92,0
SS	8	8,0	8,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber data: Output software versi spss 16.0

Berdasarkan tabel menjelaskan bahwa sebanyak 8 responden atau 8,0% menyatakan sangat setuju, 41 responden atau 41,0% menyatakan setuju, 41 responden atau 41,0 % menyatakan netral, 9 responden atau 9,0% menyatakan tidak setuju, 1 responden 1,0% menyatakan sangat tidak setuju.

4. Saya merasa puas dengan kemudahan bertransaksi dan keamanan kami dalam setiap transaksi di bank Syariah Mataram.

Tabel 4.8
Pertanyaan X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	8	8,0	8,0	8,0
	R	14	14,0	14,0	22,0
	S	62	62,0	62,0	84,0
	SS	16	16,0	16,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber data: Output software versi spss 16.0

Berdasarkan tabel menjelaskan bahwa sebanyak 16 responden atau 16,0% menyatakan sangat setuju, 62 responden atau 62,0% menyatakan setuju, 14 responden atau 14,0% menyatakan netral, 8 responden atau 8,0% menyatakan tidak setuju.

5. Karyawan dapat memberikan manfaat produk yang di tawarkan oleh bank.

Tabel 4.9
Pertanyaan X1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2,0	2,0	2,0
	TS	4	4,0	4,0	6,0
	R	19	19,0	19,0	25,0
	S	55	55,0	55,0	80,0
	SS	20	20,0	20,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber data: Output software versi spss 16.0

Berdasarkan tabel menjelaskan bahwa sebanyak 20,0 responden atau 20,0% menyatakan sangat setuju, 55 responden atau 55,0% menyatakan setuju, 19 responden atau 19,0% menyatakan netral, dan 4

responden atau 4,0% tidak setuju, 2 responden atau 2,0% menyatakan sangat tidak setuju.

b. Deskriptif variabel kualitas pelayanan (X2)

1. BTN Syariah menawarkan pelayanan pribadi untuk memenuhi kebutuhan nasabahnya.

Tabel 4.10
Pertanyaan X2.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	1	1,0	1,0	1,0
R	2	2,0	2,0	3,0
S	53	53,0	53,0	56,0
SS	44	44,0	44,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber data: Output software versi spss 16.0

Berdasarkan tabel menjelaskan bahwa sebanyak 44 responden atau 44,0% menyatakan sangat setuju, 53 responden atau 53,0% menyatakan setuju, 2 responden atau 2,0 % menyatakan netral, 1 responden atau 1,0% menyatakan tidak setuju

2. BTN Syariah Mataram sangat luas sehingga memudahkan transaksi di ATM bank lain.

Tabel 4.11
Pertanyaan X2.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	3	3,0	3,0	3,0
R	9	9,0	9,0	12,0
S	58	58,0	58,0	70,0
SS	30	30,0	30,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber data: Output software versi spss 16.0

Berdasarkan tabel menjelaskan bahwa sebanyak 30 responden atau 30,0% menyatakan sangat setuju, 58 responden atau 58,0% menyatakan setuju, 9 responden atau 9,0% menyatakan netral, 3 responden atau 3,0% menyatakan tidak setuju.

3. Call center BTN Syariah Mataram mudah dihubungi.

Tabel.4.12
Pertanyaan X2.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	1	1,0	1,0	1,0
R	5	5,0	5,0	6,0
S	60	60,0	60,0	66,0
SS	34	34,0	34,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber data: Output software versi spss 16.0

Berdasarkan tabel menjelaskan bahwa sebanyak 34 responden atau 34,0% menyatakan sangat setuju, 60 0responden atau 60,0% menyatakan setuju, 5 responden atau 5,0% menyatakan netral, 1 responden atau 1,0 menyatakan tidak setuju.

4. Karyawan BTN Syariah Mataram merespon permintaan transaksi dan memberikan informasi saya dengan baik dan cepat.

Tabel 4.13
Pertanyaan X2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2,0	2,0	2,0
	S	53	53,0	53,0	55,0
	SS	45	45,0	45,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber data: Output software versi spss 16.0

Berdasarkan tabel menjelaskan bahwa sebanyak 45 responden atau 45,0% menyatakan sangat setuju, 53 responden atau 53,0% menyatakan setuju, 2 responden atau 2,0% menyatakan tidak setuju.

5. BTN Syariah memberitahukan informasi ketika terdapat layanan yang baru.

Tabel 4.14
Pertanyaan X2.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2,0	2,0	2,0
	TS	1	1,0	1,0	3,0
	R	9	9,0	9,0	12,0
	S	55	55,0	55,0	67,0
	SS	33	33,0	33,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber data: Output software versi spss 16.0

Berdasarkan tabel menjelaskan bahwa sebanyak 33 responden atau 33,0% menyatakan sangat setuju, 55 responden atau 55,0% menyatakan setuju, 9 responden atau 9,0% menyatakan netral, 1 responden atau 1,0

menyatakan tidak setuju, 2 responden atau 2,0% menyatakan sangat tidak setuju.

6. *Costoumer servis* BTN Syariah Mataram memperhatikan kepentingan nasabah dengan sungguh-sungguh.

Tabel.4.15
Pertanyaan X2.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,0	1,0	1,0
	TS	1	1,0	1,0	2,0
	R	22	22,0	22,0	24,0
	S	49	49,0	49,0	73,0
	SS	27	27,0	27,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber data: Output software versi spss 16.0

Berdasarkan tabel menjelaskan bahwa sebanyak 27 responden atau 27,0% menyatakan sangat setuju, 49 responden atau 49,0% menyatakan setuju, 22 responden atau 22,0% menyatakan netral, 1 responden atau 1,0 menyatakan tidak setuju, 1 responden atau 1,0 menyatakan sangat tidak setuju.

7. BTN Syariah Mataram memberitahukan informasi ketika terdapat produk-produk baru.

Tabel 4.16
Pertanyaan X2.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,0	1,0	1,0
	TS	1	1,0	1,0	2,0
	R	8	8,0	8,0	10,0
	S	62	62,0	62,0	72,0
	SS	28	28,0	28,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber data: Output software versi spss 16.0

Berdasarkan tabel menjelaskan bahwa sebanyak 28 responden atau 28,0 % menyatakan sangat setuju, 62 responden atau 62,0% menyatakan setuju, 8 responden atau 8,0 % menyatakan netral, 1 responden atau 1,0% menyatakan tidak setuju, 1 responden atau 1, 0% menyatakan sangat tidak setuju.

c. Deskriptif Variabel Loyalitas Nasabah (Y)

1. Saya mengatikan kepada orang lain secara positif mengenai pelayanan yang diberikan Bank BTN syariah.

Tabel 4.17
Pertanyaan Y.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1,0	1,0	1,0
	R	18	18,0	18,0	19,0
	S	59	59,0	59,0	78,0
	SS	22	22,0	22,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber data: Output software versi spss 16.0

Berdasarkan tabel menjelaskan bahwa sebanyak 22 responden atau 22,0% menyatakan sangat setuju, 59 responden atau 59,0% menyatakan

setuju, 18 responden atau 18,0% menyatakan netral, 1 responden atau 1,0% menyatakan sangat tidak setuju.

2. Saya membicarakan hal-hal positif terhadap produk BTN syariah.

Tabel 4.18
Pertanyaan Y.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	2	2,0	2,0	2,0
R	15	15,0	15,0	17,0
S	67	67,0	67,0	84,0
SS	16	16,0	16,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber data: Output software versi spss 16.0

Berdasarkan tabel menjelaskan bahwa sebanyak 16 responden atau 16,0% menyatakan sangat setuju, 67 responden atau 67,0% menyatakan setuju, 15 responden atau 15,0% menyatakan netral, 2 responden atau 2,0% menyatakan tidak setuju.

3. Saya menceritakan hal-hal yang baik tentang Bank BTN syariah kepada orang lain.

Tabel 4.19
Pertanyaan Y.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	4	4,0	4,0	4,0
R	22	22,0	22,0	26,0
S	55	55,0	55,0	81,0
SS	19	19,0	19,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber data: Output software versi spss 16.0

Berdasarkan tabel menjelaskan bahwa sebanyak responden 12 atau 12,4% menyatakan sangat setuju, 37 responden atau 38,1% menyatakan setuju, 42 responden atau 43,3% menyatakan netral, 6 responden atau 6,2% menyatakan tidak setuju.

4. Saya menceritakan produk/jasa Bank BTN syariah kepada orang lain.

Tabel.4.20
Pertanyaan Y.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1,0	1,0	1,0
	R	25	25,0	25,0	26,0
	S	58	58,0	58,0	84,0
	SS	16	16,0	16,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber data: Output software versi spss 16.0

Berdasarkan tabel menjelaskan bahwa sebanyak responden 97 atau 100,0% menyatakan sangat setuju, 17 responden atau 17,5% menyatakan setuju, 13 responden atau 13,4% menyatakan netral.

3. Analisi Data

a. Uji Validitas

Untuk menguji validitas alat ukur, terlebih dahulu dicari korelasi antar bagian-bagian dari alat ukur secara keseluruhan dengan cara mengkolerasikan setiap butir alat ukur dengan skor total yang merupakan skor setiap butir soal. Karena instrument yang digunakan dalam penelitian ini adalah penyebaran kuesioner maka untuk mengetahui valid atau tidaknya kuesioner dapat dilihat dari perhitungan menggunakan program SPSS ver 16.0 *for windows*.

Pengujian validitas dilakukan kepada 100 responden dari nasabah

bank BTN Syariah Mataram. Uji validitas dilakukan untuk mengukur sejauh mana kecermatan dan ketetapan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Uji validitas menggunakan rumus *Korelasi Product Moment Pearson* dan diolah dengan *software* SPSS 16.0. Hasil pengujian validitas untuk masing-masing pengukuran variabel *Relationship Quality*, Kualitas pelayanan, terhadap loyalitas nasabah, dari seluruh pernyataan lebih besar dari r_{tabel} yang di mana r_{tabel} adalah 0,1966 hal ini menunjukkan bahwa seluruh pernyataan benar adanya. Nilai r_{tabel} dihitung menggunakan rumus derajat bebas $n-2$. Pada penelitian jumlah responden adalah 24 orang sehingga pada $df = 100-2 = 98$ dan $\alpha = 5\%$ diperoleh nilai tabel korelasi adalah 0,1966.⁴⁷

Apabila r_{hitung} untuk tiap butir dapat dilihat pada kolom *Corrected Item Correlation* lebih besar dari r_{tabel} 0,1966 ($r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ 0,1966) dan nilai r_{hitung} positif, maka butir pernyataan tersebut dapat dikatakan valid, dan sebaliknya apabila ($r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$ 0,1966) maka, pernyataan tersebut tidak valid.

Dalam penelitian ini ada 3 variabel yang diuji yaitu *Relationship Quality* (Kualitas Hubungan), Kualitas Pelayanan, dan Loyalitas Nasabah..

a. *Relationship Quality* (Kualitas Hubungan) (X1)

Dalam variabel *Relationship Quality* (Kualitas Hubungan) terdapat 8 pernyataan yang akan diuji validitas, berikut ini adalah hasil uji validitas variabel lokasi.

⁴⁷ Haryadi Sarjono, Winda Yulianta, *SPSS VS LISREL Sebuah Pengantar Aplikasi Untuk Riset* jil.1, (Jakarta: Salemba Empat, 2011), hlm. 45.

Tabel 4.21
Hasil Uji Validitas Variabel *Relationship Quality*

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimpulan
Item 1	0.707	0.1966	Valid
Item 2	0.757	0.1966	Valid
Item 3	0.656	0.1966	Valid
Item 4	0.750	0.1966	Valid
Item 5	0.734	0.1966	Valid

Sumber data: Output software versi spss 16.0

Berdasarkan tabel diketahui pernyataan ke-1 menyatakan bahwa $r_{hitung} 0,707 > r_{tabel} 0,1966$, pernyataan ke-2 menyatakan bahwa $r_{hitung} 0,757 > r_{tabel} 0,1966$, pernyataan ke-3 menyatakan bahwa $r_{hitung} 0,656 > r_{tabel} 0,1966$, dan pernyataan ke-4 menyatakan bahwa $r_{hitung} 0,750 > r_{tabel} 0,1966$, pernyataan ke-5 menyatakan bahwa $r_{hitung} 0,734 > r_{tabel} 0,1966$. Hal ini menjelaskan bahwa semua pernyataan yang ada pada variabel Lokasi (X1) dinyatakan valid.

b. Kualitas Pelayanan (X2)

Dalam variabel pelayanan ada 7 pernyataan yang akan di uji validitas. berikut ini adalah hasil uji validitas variabel kualitas pelayanan.

Tabel 4.22
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimpulan
Item 1	0.692	0.1966	Valid
Item 2	0.741	0.1966	Valid
Item 3	0.584	0.1966	Valid
Item 4	0.764	0.1966	Valid
Item 5	0.723	0.1966	Valid
Item 6	0.638	0.1966	Valid
Item 7	0.769	0.1966	Valid

Sumber data: Output software versi spss 16.0

Berdasarkan tabel diketahui pernyataan ke-1 menyatakan bahwa $r_{hitung} 0,692 > r_{tabel} 0,1966$, pernyataan ke-2 menyatakan

bahwa $r_{hitung} 0,741 > r_{tabel} 0,1966$, pernyataan ke-3 menyatakan bahwa $r_{hitung} 0,584 > r_{tabel} 0,1966$, pernyataan ke-4 menyatakan bahwa $r_{hitung} 0,764 > r_{tabel} 0,1966$, pernyataan ke-5 menyatakan bahwa $r_{hitung} 0,723 > r_{tabel} 0,1966$, pertanyaan ke-6 menyatakan bahwa $r_{hitung} 0,638 > r_{tabel} 0,1966$, pertanyaan ke-7 menyatakan bahwa $r_{hitung} 0,769 > r_{tabel} 0,1966$. Hal ini menjelaskan bahwa semua pernyataan yang ada pada variabel kualitas pelayanan (X2) dinyatakan valid.

c. Loyalitas Nasabah (Y)

Dalam variabel loyalitas nasabah ada 4 pernyataan yang akan di uji validitasnya. berikut ini adalah hasil uji validitas variabel Loyalitas Nasabah.

Tabel 4.23
Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas Nasabah

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimpulan
Item 1	0.776	0.1966	Valid
Item 2	0.871	0.1966	Valid
Item 3	0.900	0.1966	Valid
Item 4	0.880	0.1966	Valid

Sumber data: Output software versi spss 16.0

Berdasarkan tabel diketahui pernyataan ke-1 menyatakan bahwa $r_{hitung} 0,776 > r_{tabel} 0,1996$, pernyataan ke-2 menyatakan bahwa $r_{hitung} 0,871 > r_{tabel} 0,1966$, pernyataan ke-3 menyatakan bahwa $r_{hitung} 0,900 > r_{tabel} 0,1966$, pernyataan ke-4 menyatakan bahwa $r_{hitung} 0,880 > r_{tabel} 0,1966$, Hal ini menjelaskan bahwa semua pernyataan yang ada pada variabel Loyalitas Nasabah (Y1) dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Tabel 4.24
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Reabilitas Coefficient	Cronbach Alpha	Keterangan
X ₁	5	0,765	Reliabel
X ₂	7	0,820	Reliabel
Y	4	0,877	Reliabel

Sumber data: Output software versi spss 16.0

Uji reliabilitas dilakukan kepada 100 nasabah BTN Syariah Mataram. Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas dengan program SPSS ver. 16.0.⁴⁸ pada variabel *Relationship Quality* (Kualitas Pelayanan) diketahui nilai *Cronbach alpha* sebesar 0,765 variabel Kualitas pelayanan diketahui nilai *Cronbach alpha* sebesar 0,820, variabel Loyalitas Nasabah diketahui nilai *Cronbach alpha* sebesar 0,877, dan semua variabel ini nilai *Cronbach alpha* lebih besar dari 0,60 berarti reliabel.

Dengan demikian, nilai hitung ketiga variabel dinyatakan reliabel dan kuesioner dapat dipergunakan sebagai alat pengumpulan data. Jadi, dari hasil uji validitas dan reliabilitas tersebut dapat disimpulkan bahwa dapat dikatakan valid dan semua variabel yang digunakan dalam penelitian reliabel.

⁴⁸ *Ibid*, hlm. 45.

c. Uji asumsi klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah variabel *dependen* dan variabel *independent* dalam model regresi mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik memiliki distribusi data normal atau mendekati.

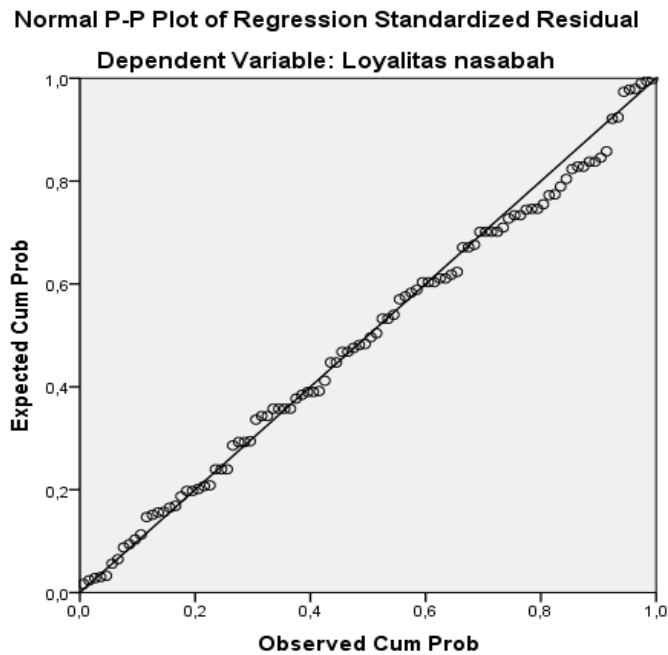
Tabel 4.25
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.64736429
Most Extreme Differences	Absolute	.071
	Positive	.071
	Negative	-.056
Kolmogorov-Smirnov Z		.707
Asymp. Sig. (2-tailed)		.700
a. Test distribution is Normal.		

Sumber data: Output software versi spss 16.0

Pada tabel menjelaskan bahwa hasil uji kolmogorov smirnov memiliki nilai signifikan (Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,700. Artinya dapat disimpulkan bahwa nilai signifikan lebih dari 0,05, maka keseluruhan data tersebut berdistribusi normal.



Berdasarkan grafik, maka dapat disimpulkan dalam grafik normal p-plot terlihat titik menyebar disekitar garis diagonal, dan penyebarannya tidak terlalu jauh. Grafik p-plot menunjukkan bahwa model regresi sesuai asumsi normalitas dan layak digunakan.

2. Uji Multikolineritas

Uji multikolineritas bertujuan untuk mengetahui adanya hubungan linier yang sempurna atau eksak diantara variabel-variabel bebas dalam model regresi. Uji multikolineritas dapat dilakukan dengan melihat VIF (*Variance inflation factor*) dan nilai tolerance.

Tabel.26
Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

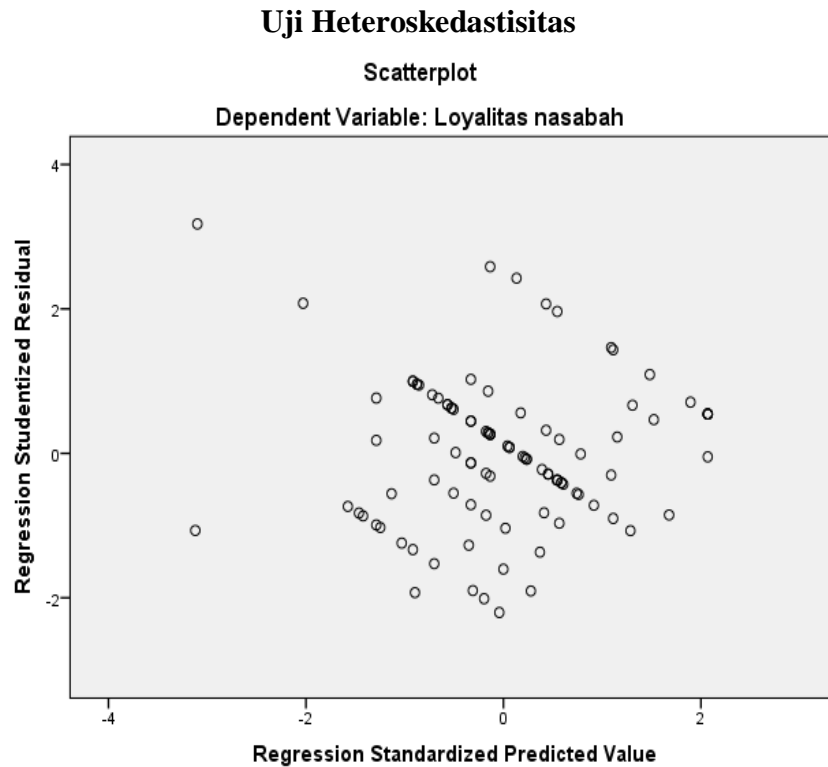
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Relationship Quality	,661	1,513
Kualitas Pelayanan	,661	1,513

a. Dependent Variable: Loyalitas nasabah

Berdasarkan data output di atas diketahui bahwa nilai tolerance ($0,661 < 0,1513$) sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi masalah multikolinieritas pada model regresi atau ada hubungan linier antara variabel independen dalam model regresi.

3. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas menguji terjadinya perbedaan variance residual suatu periode pengamatan yang lain, cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar *Scatterplot*, regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas jika titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau sekitar angka 0, titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja, penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali, penyebaran titik-titik data tidak berpola.



Pada grafik *Scatterplot* terlihat bahwa titik penyebaran secara acak dan tidak membentuk pola yang jelas kemudian titik penyebaran tersebar secara baik di atas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y. grafik *Scatterplot* ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas pada model regresi ini.

c. Uji Hipotesis

1) Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda. Regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 4.27
Hasil Uji Regresi Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,394	1,609		,866	,389
	Relationship Quality	,314	,077	,370	4,054	,000
	Kualitas Pelayanan	,281	,065	,397	4,345	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas nasabah

Dari tabel dapat dirumuskan persamaan regresi untuk mengetahui pengaruh relationship quality dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah konsumen sebagai berikut :

$$Y = 0,1394 - 0,314X_1 + 0,281X_2 + e$$

Di mana Y : Loyalitas Nasabah

X_1 : Relationship Quality

X_2 : Kualitas Pelayanan

Keterangan :

- a) Nilai konstanta menunjukkan besarnya loyalitas nasabah yang diberikan adalah 0.1394 jika variable *relationship quality* (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) adalah 0 (nol).
- b) Adapun koefisien regresi variabel *relationship quality* (X_1) sebesar 0,314 artinya *relationship quality* (X_1) mengalami peningkatan 1 % maka loyalitas nasabah (Y) akan mengalami peningkatan sebesar

- 0,1394 1%. Koefisien bernilai positif berarti terjadi hubungan yang searah antara *relationship quality* (X_1) dengan loyalitas nasabah (Y), semakin naik (X_1) maka semakin meningkat (Y).
- c) Begitu juga dengan koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X_2) sebesar 0,809 artinya kualitas pelayanan (X_2) mengalami peningkatan 1 % maka loyalitas nasabah (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,1394 %. Koefisien bernilai positif berarti terjadi hubungan yang searah antara kualitas pelayanan (X_2) dengan keputusan loyalitas nasabah (Y), semakin naik (X_2) maka semakin meningkat (Y).

2) Uji F (Simultan)

Uji simultan digunakan untuk mengukur pengaruh variabel bebas secara bersama terhadap variabel terikat dengan menggunakan nilai probabilitas (*sig*). Kriteria pengujian simultan pada skripsi ini yaitu jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka tidak ada pengaruh secara simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen sedangkan jika $F_{hitung} 42,235 > 2,69 F_{tabel}$ maka ada pengaruh secara simultan antara variabel independen dengan variabel independen dengan variabel dependen. Pengujian simultan pada skripsi ini menggunakan SPSS 16.0 *for windows*. Hasil uji F dapat dilihat pada output ANOVA berikut ini:

Tabel 4.28
Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	255,194	2	127,597	42,235	,000 ^b
	Residual	293,046	97	3,021		
	Total	548,240	99			

a. Dependent Variable: Loyalitas nasabah

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Relationship Quality

Berdasarkan data pada kolom F nilai F_{hitung} adalah 42,235 sedangkan pada F_{tabel} diperoleh nilai dari df_2 ($n-k-1$) atau $100-2-1 = 97$ dan menghasilkan nilai F_{tabel} sebesar 3,09 nilai tersebut menjelaskan bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ disimpulkan bahwa h_{a3} diterima, di mana bunyi H_{a3} “Terdapat pengaruh *relationship quality* dan kualitas pelayanan terhadap loalitas nasabah di Bank BTN Syariah Mataram atau semua variabel berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap loyalitas nasabah.

3) Uji T (Parsial)

Uji t bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh parsial yang diberikan variabel independent terhadap variabel dependent.

1) Jika nilai signifikan $< 0,05$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

2) Jika nilai signifikan $> 0,05$ atau $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka tidak dapat pengaruh variable X terhadap variabel Y.

Tabel 4.29
Uji T (Parsial)

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,394	1,609		,866	,389
Relationship Quality	,314	,077	,370	4,054	,000
Kualitas Pelayanan	,281	,065	,397	4,345	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas nasabah

Untuk mencari nilai t_{tabel} adalah :

Perhitungan $t_{tabel} = (\text{tingkat kepercayaan dibagi } 2; \text{ jumlah responden dikurangi jumlah variabel bebas dikurangi } 1 \text{ atau jika dalam rumus, maka rumusnya sebagai berikut:}$

$$t_{tabel} = (\alpha/2 ; n-k-1)$$

$$t_{tabel} = (0,05/2 ; 100-2-1)$$

$t_{tabel} = 0,025 ; 97$ kemudian dicari pada distribusi nilai t_{tabel} kemudian nilai t_{tabel} adalah sebesar 1,988.

1. Uji T (Uji T Pertama)

Berdasarkan *output* diketahui nilai signifikan untuk pengaruh variabel *relationship quality* (X_1) terhadap variabel loyalitas nasabah (Y) adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 4,054 > t_{tabel} 1,988$, artinya bahwa ada pengaruh *relationship quality* (X_1) terhadap loyalitas nasabah (Y) atau dengan kata lain H_{a3} diterima, di mana yang berbunyi “Terdapat pengaruh *relationship quality* terhadap loyalitas nasabah Bank BTN Syariah Mataram secara parsial”.

2. Uji T (Uji T Kedua)

Berdasarkan *output* diketahui nilai signifikan untuk pengaruh variabel kualitas layanan (X_2) terhadap variabel loyalitas nasabah (Y) adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ $0, > 1,988$, artinya bahwa ada pengaruh antara variabel kualitas layanan (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) atau dengan kata lain H_{a3} diterima, di mana H_{a3} berbunyi “Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada bank BTN Syariah Mataram secara parsial”

d. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi-variabel independen terhadap dependen. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam mendekati variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

Tabel 4.30
Hasil Uji Reliabilitas

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,682 ^a	,465	,454	1,738

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Relationship Quality

b. Dependent Variable: Loyalitas nasabah

Berdasarkan tabel diketahui nilai R Square sebesar 0,454 atau 45,4%, hasil ini berarti variabel dependen Loyalitas Nasabah dapat

dijelaskan oleh variabel independent relationship quality, dan kualitas pelayanan 45,4%. Sedangkan sisanya sebanyak 53,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak menjadi bagian dalam penelitian ini.

B. Pembahasan

1. Variabel *Relationship Quality* (Kualitas Hubungan)

Variabel *Relationship Quality* (kualitas hubungan) pada penelitian ini diukur melalui 5 buah pertanyaan, kualitas pelayanan 7 pertanyaan, dan loyalitas nasabah 4 pertanyaan, yang mempersentasikan indikator-indikator dari variabel tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Relationship Quality* (kualitas hubungan) berpengaruh secara signifikan dibuktikan dengan hasil analisis data yaitu $t_{hitung} (4,054) < t_{tabel} (1,988)$ terdapat pengaruh *relationship quality* terhadap loyalitas nasabah Bank BTN Syariah Mataram secara parsial. Hal tersebut menjelaskan bahwa nasabah sudah merasa loyal berdasarkan kualitas pelayanan yang didapatkan. Dengan demikian semakin tinggi kualitas pelayanan maka akan semakin tinggi pula tingkat loyalitas nasabah tersebut. Begitupula sebaliknya, jika kualitas hubungan rendah maka kualitas pelayanan juga akan rendah.⁴⁹ Hasil pengujian validitas untuk masing-masing pengukuran variabel *Relationship Quality*, Kualitas pelayanan, terhadap loyalitas nasabah, dari seluruh pernyataan lebih besar dari r_{tabel} yang di mana r_{tabel} adalah 0,1966 hal ini menunjukkan bahwa seluruh pernyataan benar adanya. Nilai r_{tabel} dihitung menggunakan rumus derajat bebas $n-2$ Pada penelitian jumlah responden

⁴⁹Fandy Tjiptono, "Analisis Pelayanan Masyarakat Propinsi Sumatera Utara", (Tesis, Universitas Negeri Medan, Medan, 2011), hlm. 28.

adalah 24 orang sehingga pada $df = 100 - 2 = 98$ dan $\alpha = 5\%$ diperoleh nilai tabel korelasi adalah 0,1966.

Hasil penelitian ini sejalan yang diungkapkan oleh Fandy Tjiptono, kualitas hubungan berdampak pada loyalitas nasabah mengenai efektivitas hubungan pemasaran yang dapat mengukur sejauh mana kepercayaan, kepuasan dan komitmen antara nasabah yang bisa dijelaskan sesuai dengan yang diharapkan. semua hipotesis mendukung peran penting yang dimainkan oleh kualitas hubungan sebagai pembangkit variabel kepuasan pelanggan yang pada gilirannya mempengaruhi loyalitas nasabah. di antara faktor-faktor penentu utama, artinya telah menentukan efek positif dan signifikan kualitas hubungan terhadap loyalitas nasabah.

2. Variabel Kualitas pelayanan

Hasil uji hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa variabel jumlah tanggungan berpengaruh positif terhadap konsumsi. Hal ini diketahui dalam perhitungan uji t dimana $t_{hitung} (4,345) > t_{tabel} (1988)$ dimana berbunyi terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah Bank BTN Syariah Mataram secara parsial. Artinya jika semakin baik pelayanan maka nasabah semakin merasa loyal kepada perusahaan tersebut. Dan Kualitas pelayanan sangat menentukan loyalitas nasabah. Semakin banyak nasabah yang datang berarti semakin banyak pula nasabah merasa loyal. Begitupula sebaliknya, semakin sedikit nasabah berarti semakin sedikit pula kebutuhan yang harus dipenuhi karyawan. Kualitas dan kepuasan pelanggan sangat berkaitan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk

menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Sejumlah metode dilakukan untuk mengukur kepuasan pelanggan. Kediaan dan kesigapan para karyawan untuk membantu dan melayani pelanggan berpengaruh secara langsung dan positif terhadap loyalitas pelanggan karena memberikan nilai plus berupa motivasi khusus bagi pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan. Ikatan inilah yang membuat pelanggan loyal.⁵⁰

3. Variabel Variabel *Relationship Quality* (kualitas hubungan) dan Kualitas pelayanan terhadap loyalitas

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, variabel kualitas hubungan dan kualitas pelayanan yang dibuktikan dengan $F_{hitung} (42,235) > F_{tabel} (2,69)$ dimana berbunyi terdapat pengaruh relationship dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah Bank BTN Syariah Mataram secara simultan. Hal tersebut membuktikan bahwa variabel kualitas hubungan dan kualitas pelayanan secara bersama-sama mempengaruhi loyalitas nasabah Mataram pada Bank BTN Syariah Cabang Mataram. Dan pada dasarnya, faktor utama yang mempengaruhi loyalitas nasabah adalah kualitas hubungan, dimana korelasi keduanya bersifat positif, yaitu semakin tinggi kualitas hubungan (*Relationship Quality*) (Y) maka loyalitas nasabahnya (C) juga makin tinggi : $C = f(Y)$.⁵¹

⁵⁰ Ririn Tri Ratnasari, *Teori dan Kasus Manajemen Pemasaran* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), hlm. 107.

⁵¹ *Ibid.*, hlm. 258

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan SPSS *for windows* versi 16.0 diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh *relationship quality* terhadap loyalitas nasabah pada Bank BTN Syariah Mataram menyatakan bahwa berdasarkan hasil uji t (parsial) variabel *relationship quality* diperoleh bahwa nilai signifikan adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} (4,054) > t_{tabel} (1,988)$, maka dapat disimpulkan, secara parsial variabel *relationship quality* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah.
2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah Bank BTN Syariah Cabang Mataram menyatakan bahwa berdasarkan hasil uji t parsial variabel kualitas pelayanan diperoleh bahwa nilai signifikan adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 4,345 > t_{tabel} 1,988$, maka dapat disimpulkan bahwa H_{a2} diterima, yang artinya kualitas pelayanan terdapat berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas nasabah bank BTN Syariah Mataram.
3. Berdasarkan hasil uji F secara simultan, diperoleh bahwa $F_{hitung} > t_{tabel} 42,235 > 2,69$, maka H_{a3} diterima dimana yang berbunyi terdapat pengaruh *relationship quality* dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah bank BTN Syariah Mataram secara simultan. Hal ini menunjukkan bahwa kedua variabel independen yaitu *relationship quality* (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2) secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah (Y).

B. Saran

Meskipun peneliti telah menyusun penelitian dengan sebaik-baiknya tetapi masih saja banyak kekurangan dalam penelitian ini dengan segala keterbatasannya. Berikut ini adalah saran-saran yang diajukan oleh peneliti berdasarkan hasil peneliti.

1. Dari segi *relationship quality*, berdasarkan hasil yang telah dibahas pada bab IV bahwa *relationship quality* tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, dikarenakan pesaing dengan merek produk jasa perbankan saat ini cukup tinggi. Dapat dilihat bahwa Bank BTN Syariah Mataram, memiliki *relationship quality* (kualitas hubungan) sudah melekat dibenak masyarakat dan memiliki kesan dan nilai positif sehingga karyawan tetap melakukan hubungan baik terhadap loyalitas nasabahnya dengan pelayanan efisien sedangkan BTN Syariah cabang Mataram ini merupakan perusahaan jasa perbankan yang baru berdiri pada tahun 2018 sehingga Bank BTN Syariah belum cukup dikenal dikalangan masyarakat berbeda dengan bank lain yang sudah berdiri cukup lama dan lebih dikenal dikalangan masyarakat. Agar dapat mempertahankan *relationship quality*nya dan dapat bersaing dengan merek, jasa, produk-produk perbankan yang lain, Bank BTN Syariah Cabang Mataram harus mampu memberikan kesan atau nilai positif terhadap *relationship quality* (kualitas hubungan) yang mereka gunakan agar konsumen dapat lebih tertarik dengan merek atau produk tersebut, pihak pengelola perbankan harus menerapkan strategi yang tepat dalam menjalankan jasa pelayanannya baik segi dari umum dan khusus dalam dunia perbankan.

2. Bagi Bank BTN Syariah Mataram, supaya mempertahankan kualitas pelayanan terutama dari segi *Responsive* (ketanggapan) dan *Assurance* (jaminan) karena kedua hal tersebut sangat berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Hal ini dikarenakan bila terus ditingkatkan faktor pelayanan tersebut dipastikan tingkat keputusan pembelian jasa dapat meningkat sangat baik.
3. Bagi Bank BTN Syariah Mataram, diharapkan selalu amanah, serta dapat menjalankan kinerja seperti layaknya perusahaan jasa perbankan pada umumnya, menjaga citra merek, produk-produk dan kualitas pelayanannya, dalam menjalani nilai-nilai perusahaan yang sesuai dengan ketentuan sumber daya yang insani dan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

DAPTAR PUSTAKA

- Andi Marlina DG Bau, "Analisis terhadap Pengaruh Pelayanan Perbankan terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Mudharabah di PT.BPR Syariah PNM Patuh Beramal Bertais Kota Mataram." *Skripsi*, FSEI IAIN Mataram, Mataram 2008.
- Alma Buchari, *Manajemen Pemasaran dan pemasaran jasa*. Alfabeta:Bandung,2016
- Bilson. *Memenangkan Pasar Dengan Pemasaran Efektif dan Profitable*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2001.
- Chen ddk, A Pilot Study For Understanding The Relationships Of Information System Quality, Relationship Quality And Loyalty. *Australian Journal Of Business And Management Research*, Vol.15,No. 17, 2011.
- Edi Wibowo, *Mengapa Memilih Bank Syariah*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2015.
- Eko Putro Widoyoko, *Tehnik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2014.
- Eko Ari Asmoko, "Pengaruh Brand Image, Brand Trust, dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Shampo Clear." *Skripsi*, Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purworejo, 2017.
- Elvanaro Ardianto, *Metodologi Penelitian Untuk Pulic Relation Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2011.
- Fandy Tjipto, *Persepektif Manajemen dan Pemsaran Kontenporer*. Yogyakarta: Andi, 2000.
- Gujarati, *Ekonomitrika Dasar*, Jakarta Erlangga, 1999.
- Harnawan Murry Saputra. "Membangun Loyalitas Pelanggan Melalui Penerapan Strategi Relationship Marketing." *Skripsi*, FSEI Universitas Muhammadiyah Purworejo, Purworejo, 2016.
- Haryadi Sarjono, Winda Yulianta, *SPSS VS LISREL Sebuah Pengantar Aplikasi Untuk Riset* jil.1, Jakarta: Salemba Empat, 2011, hlm. 45.
- Istiharah, "Pengaruh Kepuasan Kerja Karyawan terhadap Prestasi Kerja Karyawan pada PT. Suara Nusa Media Permata." *Skripsi*, Fakultas Ekonomi UNRAM, 2006.

- Imam, Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariete, Edisi 8*, Semarang: Universitas Diponegoro, 2016.
- Moh. Fahmi, “Hubungan Gaya Kepemimpinan Transformasional dengan Loyalitas Karyawan.” *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, <http://digilib.uinsby.ac.id/394/3/Bab%202.pdf>, diakses 18 Januari 2016.
- Muhammad Rajin, “Pengaruh Pelayanan Pengadaan Syariah Rentang Lombok Tengah terhadap Loyalitas Nasabah”. *Skripsi*, IAIN Mataram, Mataram, 2013.
- Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, Jakarta: Bumi Aksara, 2002.
- Nazir. *Metode Penelitian*. Bogor : Ghalia Indonesia. 2011.
- Nurul Mazroatin Nikmah, “Upaya Peningkatan Pendapatan Usaha Industri Kerajinan Gerabah dalam Perspektif Ekonomi Islam di Desa Banyumulek Kecamatan Kediri Kabupaten Lombok Barat.” *Skripsi*, FSEI UIN Mataram, Mataram, 2018.
- Nurul Zuriyah, *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan*, Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2006.
- Paulus Ongko Widjojo, “Pengaruh Persepsi Nilai Pelanggan dan Kepuasan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen Hypermart Pakuwon Trade Center di Surabaya”. dalam <http://journal.wima.ac.id/index.php/kamma/article/view/487/458>, diambil tanggal 2 Februari 2016, pukul 19.19.
- Philip Kotler dan Gary Amstring, *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks, 2004.
- Ririn Tri Ratnasari, *Teori dan Kasus Manajemen Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.
- Sofyan Sineger, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Jakarta : renika cipta, 2014
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D* Cetakan Ke-19 Bandung: Alfabeta, 2013.
- Siswandi, “Pengaruh Mutu Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Anggota KPRI, *Skripsi*, Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas IAIN Mataram, Mataram. 2009.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, CV, 1999.

- Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Bina Aksara, 1989.
- Saifuddin Azwar, *Penyusunan Skala Psikologi*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009.
- Sutanti, “*Analisis Pelayanan Masyarakat Propinsi Sumatera Utara*”, *Tesis*, Universitas Negeri Medan, Medan, 2011.
- Tatang Kusmazadi, “Pengaruh Pelayanan *Realtionship Quality* terhadap Loyalitas Tabungan Nasabah.”*Skripsi*, STIE STAN, Indonesia Mandiri, 2013.
- Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Skripsi*. Mataram : UIN, 2018.
- Uswatuan hasanah “Pengaruh Etika Bisnis Islam terhadap Loyalitas Nasabah pada BMT AL-Iqtishody Pengesangan Mataram.” *Skripsi*, IAIN Mataram, Mataram, 2015.

Relationship Quality (kualitas hubungan) (X₁)						
No	PERNYATAAN	PENILAIAN				
		SS	S	R	TS	STS
Kepercayaan (<i>Trust</i>)						
1.	Karyawan/petugas menggunakan bahasa yang mudah dimengerti oleh nasabah					
2.	Ketelitian karyawan/petugas dalam melakukan transaksi kepada nasabah					
Kepuasan (<i>Satisfaction</i>)						
3.	Saya merasa puas dengan kemudahan bertransaksi dan keamanan kami dalam setiap transaksi di Bank Syariah Mataram					
Persepsi Nilai						
4.	Karyawan dapat memberikan manfaat produk yang di tawarkan oleh Bank					
Persahabatan/Ikatan Sosial (Kominkasi)						
5.	BTN Syariah memberitahukan informasi ketika terdapat layanan yang baru					

Kualitas Pelayanan (X₂)						
NO.	PERNYATAAN	PENILAIAN				
		SS	S	R	TS	STS
Tangible (Bukti Lansung)						
1.	BTN Syariah menawarkan pelayanan pribadi untuk memenuhi kebutuhan nasabahnya					
Reliability (Kehandalan)						
2.	BTN Syariah Mataram sangat luas sehingga memudahkan transaksi di ATM bank lain					
Responsiviness (Ketanggapan)						
3.	Call center BTN Syariah Mataram mudah dihubungi					
4.	Karyawan BTN Syariah Mataram merespon permintaan transaksi dan memberikan informasi saya dengan baik dan cepat					
Assurance (jaminan)						
5	BTN Syariah memberitahukan informasi ketika terdapat layanan yang baru					
Emphaty (empati)						
6	<i>Costumer Servis</i> BTN Syariah Mataram memperhatikan kepentingan nasabah dengan sungguh-sungguh.					
7	BTN Syariah Mataram memberitahukan informasi ketika terdapat produk-produk baru					

Loyalitas Nasabah (Y)						
NO.	PERNYATAAN	PENILAIAN				
		SS	S	R	TS	STS
Kesetian/kebiasaan (<i>Refeat</i>)						
1	Saya mengatakan kepada orang lain secara positif mengenai pelayanan yang diberikan Bank BTN syariah					
Pembelian ulang						
2	saya merekomendasikan kepada anggota keluarga saya untuk menggunakan jasa					
Mereferensikan/Merekomendasikan (<i>Refeal</i>)						
3	Nasabah mengatakan hal-hal positif kepada orang lain tentang bank BTN Syariah					
Ketahanan/komitmen (<i>Retention</i>)						
4	Nasabah merasa aman menyimpan dana di bank BTN Syariah Mataram.					

Lampiran-lampiran

Koesioner Penelitian

Kepada Yth

bapak/Ibu/Sdr/i/Responden

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dalam rangka Penelitian tugas akhir/skripsi pada program Stara 1 (S1) Universitas Islam Negeri Mataram (UIN) Mataram, dengan biodata sebagai berikut:

Nama : Jumarianingsih

Nim : 1502151868

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

Jurusan : perbankan Syariah

Bermaksud untuk mengadakan penelitian dengan judul “**Pengaruh Relationship Quality (Kualitas Hubungan) dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah di PT.Bank Syariah BTN Mataram**”. Sehubungan dengan itu saya memohon kesediaan dari saudara/i untuk meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini dengan lengkap sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Informasi yang saudara/i berikan hanya digunakan untuk penelitian ini,dan kerahasiannya akan saya jaga dengan sungguh-sungguh.

Atas kesediaan dan partisipasinya saya mengucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Mataram, 28 Juli 2019

I. Karakteristik Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin anda :
 - a. Laki-Laki
 - b. Perempuan
3. Usia anda saat ini :
 - a. <16 tahun
 - b. 16-25 tahun
 - c. 26-35 tahun
 - d. 36-45 tahun
 - e. >45 tahun
4. Pekerjaan anda saat ini :
 - a. Pelajar / Mahasiswa
 - b. Pegawai Negeri
 - c. Karyawan Swasta
 - d. Wiraswasta
 - e. Angkatan TNI/POLRI
5. Sudah berapa lama anda menjadi nasabah BTN Syariah :
 - a. <6 bulan
 - b. 6 s/d 12 bulan
 - c. 1 s/d 2 tahun
 - d. > 2 tahun

Relationship Quality (kualitas hubungan) (X₁)						
No	PERNYATAAN	PENILAIAN				
		SS	S	R	TS	STS
Kepercayaan (Trust)						
1.	Karyawan/petugas menggunakan bahasa yang mudah dimengerti oleh nasabah					
2.	Ketelitian karyawan/petugas dalam melakukan transaksi kepada nasabah					
Kepuasan (Satisfaction)						
3.	Saya merasa puas dengan kemudahan bertransaksi dan keamanan kami dalam setiap transaksi di Bank Syariah Mataram					
Persepsi Nilai						
4.	Karyawan dapat memberikan manfaat produk yang di tawarkan oleh Bank					
Persahabatan/Ikatan Sosial (Kominkasi)						
5.	BTN Syariah memberitahukan informasi ketika terdapat layanan yang baru					
Kualitas Pelayanan (X₂)						
NO.	PERNYATAAN	PENILAIAN				
		SS	S	R	TS	STS
Tanggible (Bukti Lansung)						
1.	BTN Syariah menawarkan pelayanan pribadi untuk memenuhi kebutuhan nasabahnya					
Reliability (Kehandalan)						
2.	BTN Syariah Mataram sangat luas sehingga memudahkan transaksi di ATM bank lain					
Responsiviness (Ketanggapan)						
3.	Call center BTN Syariah Mataram mudah dihubungi					
4.	Karyawan BTN Syariah Mataram merespon permintaan transaksi dan memberikan					

	informasi saya dengan baik dan cepat					
Assurance (jaminan)						
5	BTN Syariah memberitahukan informasi ketika terdapat layanan yang baru					
Emphaty (empati)						
6	Costumer Servis BTN Syariah Mataram memperhatikan kepentingan nasabah dengan sungguh-sungguh.					
7	BTN Syariah Mataram memberitahukan informasi ketika terdapat produk-produk baru					

Loyalitas Nasabah (Y)						
NO.	PERNYATAAN	PENILAIAN				
		SS	S	R	TS	STS
Kesetian/kebiasaan (<i>Refeat</i>)						
1	Saya mengatakan kepada orang lain secara positif mengenai pelayanan yang diberikan Bank BTN syariah					
Pembelian ulang						
2	saya merekomendasikan kepada anggota keluarga saya untuk menggunakan jasa					
Mereferensikan/Merekomendasikan (<i>Refeal</i>)						
3	Nasabah mengatakan hal-hal positif kepada orang lain tentang bank BTN Syariah					
Ketahanan/komitmen (<i>Retention</i>)						
4	Nasabah merasa aman menyimpan dana di bank BTN Syariah Mataram.					

LAMPIRAN 2

Hasil Angket Varabel X₁ (Relationship Quality)

No Responden	kualitas pelayanan					Total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	
1	5	4	3	4	4	20
2	4	4	3	3	3	17
3	4	4	3	4	4	19
4	3	2	2	2	2	11
5	5	3	2	3	4	17
6	4	3	3	2	4	16
7	3	3	4	4	4	18
8	4	4	4	5	5	22
9	3	3	3	2	2	13
10	4	4	3	4	3	18
11	4	4	3	4	3	18
12	5	4	3	4	1	17
13	4	4	3	3	4	18
14	3	3	3	3	2	14
15	4	5	4	5	4	22
16	4	4	4	4	4	20
17	5	5	4	5	4	23
18	4	4	4	4	5	21
19	5	5	2	4	5	21
20	5	4	3	4	4	20
21	3	4	3	4	4	18
22	4	4	4	4	4	20
23	5	4	4	4	5	22
24	5	5	4	5	5	24
25	4	4	4	4	4	20
26	4	4	4	4	4	20
27	5	4	4	4	4	21
28	4	5	4	4	4	21
29	4	3	4	2	3	16
30	4	4	3	4	4	19
31	4	4	4	4	4	20
32	3	3	3	2	4	15
33	4	4	3	4	4	19

34	4	3	4	3	4	18
35	4	3	3	4	4	18
36	3	4	3	3	3	16
37	3	4	3	2	3	15
38	4	4	3	4	3	18
39	4	5	4	4	4	21
40	5	5	5	5	5	25
41	4	4	4	4	4	20
42	4	4	3	2	4	17
43	5	5	5	5	5	25
44	5	3	3	4	5	20
45	1	1	5	4	1	12
46	4	4	1	3	3	15
47	4	4	4	4	4	20
48	4	4	4	4	4	20
49	4	4	4	5	3	20
50	5	4	4	5	5	23
51	4	5	4	5	5	23
52	4	4	5	4	5	22
53	3	5	2	4	5	19
54	4	4	3	4	3	18
55	4	5	4	4	4	21
56	5	4	4	4	4	21
57	4	4	4	4	4	20
58	5	5	5	5	5	25
59	5	5	5	5	5	25
60	5	5	4	4	3	21
61	4	4	3	4	4	19
62	4	4	4	4	3	19
63	5	5	3	5	3	21
64	4	4	4	4	4	20
65	4	4	3	4	4	19
66	3	4	4	4	4	19
67	3	3	3	5	4	18
68	4	4	3	4	4	19
69	3	4	4	4	4	19
70	4	4	4	4	4	20
71	4	4	3	4	4	19
72	4	4	3	4	4	19
73	4	4	2	4	2	16
74	5	4	4	4	4	21

75	3	4	2	4	3	16
76	3	3	2	3	4	15
77	4	3	3	3	3	16
78	4	4	3	4	4	19
79	5	5	3	3	3	19
80	3	4	3	4	3	17
81	4	4	2	2	4	16
82	5	5	4	4	4	22
83	4	4	2	4	4	18
84	4	5	4	3	5	21
85	4	4	3	3	5	19
86	5	5	4	4	5	23
87	4	4	3	4	4	19
88	5	5	4	4	4	22
89	4	4	3	4	3	18
90	5	4	4	5	5	23
91	5	4	4	4	3	20
92	4	4	3	4	4	19
93	5	5	5	5	5	25
94	4	3	4	3	4	18
95	4	4	3	4	4	19
96	5	5	5	5	5	25
97	4	4	3	4	4	19
98	4	4	3	3	4	18
99	4	4	3	4	4	19
100	4	4	4	4	4	20

Hasil Angket Varabel X₂ (Kualitas Pelayanan)

No Responden	kualitas layanan							Total
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	
1	4	4	4	5	4	4	4	29
2	4	3	4	4	4	3	3	25
3	5	4	4	4	4	4	4	29
4	3	4	4	4	1	3	2	21
5	2	2	4	4	4	4	4	24
6	5	4	4	5	5	5	5	33
7	4	4	4	4	4	4	4	28
8	5	5	5	5	5	5	5	35
9	5	2	5	4	3	2	4	25
10	5	4	3	4	4	3	4	27
11	4	4	4	4	4	3	4	27
12	4	2	4	4	5	4	4	27
13	4	3	3	2	3	3	4	22
14	5	4	4	4	4	4	4	29
15	5	5	5	5	4	5	5	34
16	4	4	4	4	4	4	4	28
17	5	5	5	5	5	5	5	35
18	5	4	5	5	5	5	5	34
19	5	5	5	5	5	5	5	35
20	5	5	5	5	5	5	5	35
21	4	4	4	4	3	4	4	27
22	5	5	5	5	5	5	5	35
23	4	4	4	4	5	4	4	29
24	5	5	4	5	5	5	4	33
25	4	4	4	4	4	4	4	28
26	5	5	4	4	4	4	4	30
27	5	4	4	4	4	4	4	29
28	5	4	5	5	5	5	5	34
29	4	4	5	4	5	4	4	30
30	5	4	4	4	4	5	4	30
31	5	5	5	5	4	5	5	34
32	4	4	4	4	4	3	3	26
33	4	4	4	4	4	3	4	27
34	4	4	4	5	5	4	4	30
35	5	4	4	4	4	4	4	29
36	5	5	5	5	5	4	5	34

37	4	4	4	4	3	4	4	27
38	5	4	5	5	5	5	3	32
39	4	4	4	4	4	4	4	28
40	5	5	5	5	5	5	5	35
41	5	5	4	5	5	3	4	31
42	5	4	4	5	4	4	5	31
43	5	5	5	5	5	5	5	35
44	4	5	5	5	5	4	4	32
45	4	3	5	2	1	4	1	20
46	4	5	5	5	4	1	3	27
47	4	3	3	4	3	4	4	25
48	4	4	4	5	4	3	4	28
49	4	3	4	5	5	3	3	27
50	3	4	4	4	4	4	4	27
51	5	4	5	4	5	4	5	32
52	4	5	4	5	4	3	4	29
53	5	5	5	5	4	4	5	33
54	5	4	4	4	4	5	4	30
55	5	5	4	5	5	3	4	31
56	4	4	4	4	4	4	4	28
57	4	4	4	4	4	4	4	28
58	5	5	5	5	5	5	5	35
59	5	5	5	5	4	5	5	34
60	5	5	5	5	5	4	3	32
61	4	4	4	4	3	3	3	25
62	5	4	4	4	4	3	4	28
63	5	5	2	5	3	5	5	30
64	4	3	3	4	4	4	4	26
65	5	4	5	5	4	5	5	33
66	4	4	4	4	4	5	4	29
67	4	4	4	5	5	4	5	31
68	4	3	3	4	4	3	3	24
69	4	4	4	4	4	4	4	28
70	4	4	4	4	4	4	4	28
71	5	4	4	5	5	4	4	31
72	4	4	4	4	4	3	4	27
73	4	4	4	4	4	4	4	28
74	4	4	4	5	4	4	4	29
75	4	4	4	4	4	4	4	28
76	4	4	4	4	4	3	4	27
77	4	4	4	4	4	4	4	28

78	5	5	4	4	4	3	4	29
79	5	5	4	5	5	3	5	32
80	4	4	4	4	4	4	4	28
81	4	4	5	5	5	3	4	30
82	4	4	4	5	4	4	5	30
83	4	4	4	4	2	4	4	26
84	5	5	5	4	3	5	4	31
85	4	3	5	5	4	3	4	28
86	4	4	5	4	4	3	4	28
87	4	4	4	4	4	4	4	28
88	5	5	5	4	4	4	4	31
89	4	3	4	4	3	4	4	26
90	4	4	4	4	4	4	4	28
91	4	4	5	5	5	5	5	33
92	4	4	4	4	4	4	4	28
93	5	5	5	5	5	5	5	35
94	4	4	4	4	4	4	4	28
95	5	5	5	5	4	4	5	33
96	5	5	5	5	5	5	5	35
97	5	5	5	5	5	4	4	33
98	4	4	4	5	4	5	4	30
99	4	4	4	4	4	4	4	28
100	4	4	4	5	5	5	5	32

Hasil Angket Varabel Y (Loyalitas Nasabah)

No responden	loyalitas Nasabah				Total
	y.1	y.2	y.3	y.4	
1	4	4	4	4	16
2	3	3	3	3	12
3	4	4	4	4	16
4	3	2	2	2	9
5	3	3	3	3	12
6	4	3	2	3	12
7	4	4	4	4	16
8	5	5	5	5	20
10	4	4	4	4	16
11	4	4	3	3	14
12	4	4	3	4	15
13	3	2	3	3	11
14	3	3	3	3	12
15	3	4	3	3	13
16	5	5	4	5	19
17	4	4	4	4	16
18	5	4	4	4	17
19	5	4	4	3	16
20	4	4	4	4	16
21	5	4	4	4	17
22	3	3	2	4	12
23	5	5	5	5	20
24	5	5	5	5	20
25	5	4	5	5	19
26	4	4	4	4	16
27	4	4	4	4	16
28	4	4	4	4	16
29	5	5	5	5	20
30	4	4	4	4	16
31	4	4	3	3	14
32	4	4	4	4	16
33	3	3	3	3	12
34	4	4	4	4	16
35	4	4	4	4	16
36	3	4	3	3	13
36	5	5	5	5	20

37	4	4	3	4	15
38	5	4	4	4	17
39	4	4	4	4	16
40	5	5	5	5	20
41	4	4	4	4	16
42	4	3	2	3	12
43	5	5	5	5	20
44	3	4	4	4	15
45	1	5	5	5	16
46	3	3	3	3	12
47	4	4	4	4	16
48	4	4	4	4	16
49	3	3	3	3	12
50	3	4	3	3	13
51	5	4	5	4	18
52	4	4	5	4	17
53	5	5	5	5	20
54	4	4	3	4	15
55	4	4	4	4	16
56	4	4	4	4	16
57	4	3	4	4	15
58	5	4	5	5	19
59	5	5	5	5	20
60	4	4	4	4	16
61	4	4	4	4	16
62	4	4	4	3	15
63	4	3	4	4	15
64	3	4	4	4	15
65	4	4	4	4	16
66	4	5	5	3	17
67	4	3	3	3	13
68	3	3	3	3	12
69	4	5	5	3	17
70	5	5	5	5	20
71	4	4	4	4	16
72	4	4	3	3	14
73	4	4	4	4	16
74	4	4	4	4	16
75	4	4	4	4	16
76	4	4	3	3	14
77	3	3	3	3	12

78	4	4	4	4	16
79	4	4	3	3	14
80	4	4	4	4	16
81	4	4	4	4	16
82	4	4	4	4	16
83	4	4	4	4	16
84	4	4	4	4	16
85	3	4	4	3	14
86	4	4	4	4	16
87	4	4	3	4	15
88	5	4	4	4	17
89	4	4	4	4	16
90	4	4	4	4	16
91	4	4	4	4	16
92	4	4	4	4	16
93	5	5	5	5	20
94	4	4	4	4	16
95	4	4	4	4	16
96	5	5	5	5	20
97	4	4	4	4	16
98	3	3	4	4	14
99	4	4	4	4	16
100	5	4	4	4	17

LAMPIRAN 2

Hasil Angket Varabel X₁ (Relationship Quality)

No Responden	kualitas pelayanan					Total
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	
1	5	4	3	4	4	20
2	4	4	3	3	3	17
3	4	4	3	4	4	19
4	3	2	2	2	2	11
5	5	3	2	3	4	17
6	4	3	3	2	4	16
7	3	3	4	4	4	18
8	4	4	4	5	5	22
9	3	3	3	2	2	13
10	4	4	3	4	3	18
11	4	4	3	4	3	18
12	5	4	3	4	1	17
13	4	4	3	3	4	18
14	3	3	3	3	2	14
15	4	5	4	5	4	22
16	4	4	4	4	4	20
17	5	5	4	5	4	23
18	4	4	4	4	5	21
19	5	5	2	4	5	21
20	5	4	3	4	4	20
21	3	4	3	4	4	18
22	4	4	4	4	4	20
23	5	4	4	4	5	22
24	5	5	4	5	5	24
25	4	4	4	4	4	20
26	4	4	4	4	4	20
27	5	4	4	4	4	21
28	4	5	4	4	4	21
29	4	3	4	2	3	16
30	4	4	3	4	4	19
31	4	4	4	4	4	20
32	3	3	3	2	4	15
33	4	4	3	4	4	19

34	4	3	4	3	4	18
35	4	3	3	4	4	18
36	3	4	3	3	3	16
37	3	4	3	2	3	15
38	4	4	3	4	3	18
39	4	5	4	4	4	21
40	5	5	5	5	5	25
41	4	4	4	4	4	20
42	4	4	3	2	4	17
43	5	5	5	5	5	25
44	5	3	3	4	5	20
45	1	1	5	4	1	12
46	4	4	1	3	3	15
47	4	4	4	4	4	20
48	4	4	4	4	4	20
49	4	4	4	5	3	20
50	5	4	4	5	5	23
51	4	5	4	5	5	23
52	4	4	5	4	5	22
53	3	5	2	4	5	19
54	4	4	3	4	3	18
55	4	5	4	4	4	21
56	5	4	4	4	4	21
57	4	4	4	4	4	20
58	5	5	5	5	5	25
59	5	5	5	5	5	25
60	5	5	4	4	3	21
61	4	4	3	4	4	19
62	4	4	4	4	3	19
63	5	5	3	5	3	21
64	4	4	4	4	4	20
65	4	4	3	4	4	19
66	3	4	4	4	4	19
67	3	3	3	5	4	18
68	4	4	3	4	4	19
69	3	4	4	4	4	19
70	4	4	4	4	4	20
71	4	4	3	4	4	19
72	4	4	3	4	4	19
73	4	4	2	4	2	16
74	5	4	4	4	4	21

75	3	4	2	4	3	16
76	3	3	2	3	4	15
77	4	3	3	3	3	16
78	4	4	3	4	4	19
79	5	5	3	3	3	19
80	3	4	3	4	3	17
81	4	4	2	2	4	16
82	5	5	4	4	4	22
83	4	4	2	4	4	18
84	4	5	4	3	5	21
85	4	4	3	3	5	19
86	5	5	4	4	5	23
87	4	4	3	4	4	19
88	5	5	4	4	4	22
89	4	4	3	4	3	18
90	5	4	4	5	5	23
91	5	4	4	4	3	20
92	4	4	3	4	4	19
93	5	5	5	5	5	25
94	4	3	4	3	4	18
95	4	4	3	4	4	19
96	5	5	5	5	5	25
97	4	4	3	4	4	19
98	4	4	3	3	4	18
99	4	4	3	4	4	19
100	4	4	4	4	4	20

Hasil Angket Varabel X₂ (Kualitas Pelayanan)

No Responden	kualitas layanan							Total
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	
1	4	4	4	5	4	4	4	29
2	4	3	4	4	4	3	3	25
3	5	4	4	4	4	4	4	29
4	3	4	4	4	1	3	2	21
5	2	2	4	4	4	4	4	24
6	5	4	4	5	5	5	5	33
7	4	4	4	4	4	4	4	28
8	5	5	5	5	5	5	5	35
9	5	2	5	4	3	2	4	25
10	5	4	3	4	4	3	4	27
11	4	4	4	4	4	3	4	27
12	4	2	4	4	5	4	4	27
13	4	3	3	2	3	3	4	22
14	5	4	4	4	4	4	4	29
15	5	5	5	5	4	5	5	34
16	4	4	4	4	4	4	4	28
17	5	5	5	5	5	5	5	35
18	5	4	5	5	5	5	5	34
19	5	5	5	5	5	5	5	35
20	5	5	5	5	5	5	5	35
21	4	4	4	4	3	4	4	27
22	5	5	5	5	5	5	5	35
23	4	4	4	4	5	4	4	29
24	5	5	4	5	5	5	4	33
25	4	4	4	4	4	4	4	28
26	5	5	4	4	4	4	4	30
27	5	4	4	4	4	4	4	29
28	5	4	5	5	5	5	5	34
29	4	4	5	4	5	4	4	30
30	5	4	4	4	4	5	4	30
31	5	5	5	5	4	5	5	34
32	4	4	4	4	4	3	3	26
33	4	4	4	4	4	3	4	27
34	4	4	4	5	5	4	4	30
35	5	4	4	4	4	4	4	29
36	5	5	5	5	5	4	5	34

37	4	4	4	4	3	4	4	27
38	5	4	5	5	5	5	3	32
39	4	4	4	4	4	4	4	28
40	5	5	5	5	5	5	5	35
41	5	5	4	5	5	3	4	31
42	5	4	4	5	4	4	5	31
43	5	5	5	5	5	5	5	35
44	4	5	5	5	5	4	4	32
45	4	3	5	2	1	4	1	20
46	4	5	5	5	4	1	3	27
47	4	3	3	4	3	4	4	25
48	4	4	4	5	4	3	4	28
49	4	3	4	5	5	3	3	27
50	3	4	4	4	4	4	4	27
51	5	4	5	4	5	4	5	32
52	4	5	4	5	4	3	4	29
53	5	5	5	5	4	4	5	33
54	5	4	4	4	4	5	4	30
55	5	5	4	5	5	3	4	31
56	4	4	4	4	4	4	4	28
57	4	4	4	4	4	4	4	28
58	5	5	5	5	5	5	5	35
59	5	5	5	5	4	5	5	34
60	5	5	5	5	5	4	3	32
61	4	4	4	4	3	3	3	25
62	5	4	4	4	4	3	4	28
63	5	5	2	5	3	5	5	30
64	4	3	3	4	4	4	4	26
65	5	4	5	5	4	5	5	33
66	4	4	4	4	4	5	4	29
67	4	4	4	5	5	4	5	31
68	4	3	3	4	4	3	3	24
69	4	4	4	4	4	4	4	28
70	4	4	4	4	4	4	4	28
71	5	4	4	5	5	4	4	31
72	4	4	4	4	4	3	4	27
73	4	4	4	4	4	4	4	28
74	4	4	4	5	4	4	4	29
75	4	4	4	4	4	4	4	28
76	4	4	4	4	4	3	4	27
77	4	4	4	4	4	4	4	28

78	5	5	4	4	4	3	4	29
79	5	5	4	5	5	3	5	32
80	4	4	4	4	4	4	4	28
81	4	4	5	5	5	3	4	30
82	4	4	4	5	4	4	5	30
83	4	4	4	4	2	4	4	26
84	5	5	5	4	3	5	4	31
85	4	3	5	5	4	3	4	28
86	4	4	5	4	4	3	4	28
87	4	4	4	4	4	4	4	28
88	5	5	5	4	4	4	4	31
89	4	3	4	4	3	4	4	26
90	4	4	4	4	4	4	4	28
91	4	4	5	5	5	5	5	33
92	4	4	4	4	4	4	4	28
93	5	5	5	5	5	5	5	35
94	4	4	4	4	4	4	4	28
95	5	5	5	5	4	4	5	33
96	5	5	5	5	5	5	5	35
97	5	5	5	5	5	4	4	33
98	4	4	4	5	4	5	4	30
99	4	4	4	4	4	4	4	28
100	4	4	4	5	5	5	5	32

Hasil Angket Varabel Y (Loyalitas Nasabah)

No responden	loyalitas Nasabah				Total
	y.1	y.2	y.3	y.4	
1	4	4	4	4	16
2	3	3	3	3	12
3	4	4	4	4	16
4	3	2	2	2	9
5	3	3	3	3	12
6	4	3	2	3	12
7	4	4	4	4	16
8	5	5	5	5	20
10	4	4	4	4	16
11	4	4	3	3	14
12	4	4	3	4	15
13	3	2	3	3	11
14	3	3	3	3	12
15	3	4	3	3	13
16	5	5	4	5	19
17	4	4	4	4	16
18	5	4	4	4	17
19	5	4	4	3	16
20	4	4	4	4	16
21	5	4	4	4	17
22	3	3	2	4	12
23	5	5	5	5	20
24	5	5	5	5	20
25	5	4	5	5	19
26	4	4	4	4	16
27	4	4	4	4	16
28	4	4	4	4	16
29	5	5	5	5	20
30	4	4	4	4	16
31	4	4	3	3	14
32	4	4	4	4	16
33	3	3	3	3	12
34	4	4	4	4	16
35	4	4	4	4	16
36	3	4	3	3	13
36	5	5	5	5	20

37	4	4	3	4	15
38	5	4	4	4	17
39	4	4	4	4	16
40	5	5	5	5	20
41	4	4	4	4	16
42	4	3	2	3	12
43	5	5	5	5	20
44	3	4	4	4	15
45	1	5	5	5	16
46	3	3	3	3	12
47	4	4	4	4	16
48	4	4	4	4	16
49	3	3	3	3	12
50	3	4	3	3	13
51	5	4	5	4	18
52	4	4	5	4	17
53	5	5	5	5	20
54	4	4	3	4	15
55	4	4	4	4	16
56	4	4	4	4	16
57	4	3	4	4	15
58	5	4	5	5	19
59	5	5	5	5	20
60	4	4	4	4	16
61	4	4	4	4	16
62	4	4	4	3	15
63	4	3	4	4	15
64	3	4	4	4	15
65	4	4	4	4	16
66	4	5	5	3	17
67	4	3	3	3	13
68	3	3	3	3	12
69	4	5	5	3	17
70	5	5	5	5	20
71	4	4	4	4	16
72	4	4	3	3	14
73	4	4	4	4	16
74	4	4	4	4	16
75	4	4	4	4	16
76	4	4	3	3	14
77	3	3	3	3	12

78	4	4	4	4	16
79	4	4	3	3	14
80	4	4	4	4	16
81	4	4	4	4	16
82	4	4	4	4	16
83	4	4	4	4	16
84	4	4	4	4	16
85	3	4	4	3	14
86	4	4	4	4	16
87	4	4	3	4	15
88	5	4	4	4	17
89	4	4	4	4	16
90	4	4	4	4	16
91	4	4	4	4	16
92	4	4	4	4	16
93	5	5	5	5	20
94	4	4	4	4	16
95	4	4	4	4	16
96	5	5	5	5	20
97	4	4	4	4	16
98	3	3	4	4	14
99	4	4	4	4	16
100	5	4	4	4	17

LAMPIRAN 3 UJI VALIDASI SPSS
Relationship Quality (X.1)

Correlations

		ITEM_1	ITEM_2	ITEM_3	ITEM_4	ITEM_5	SKOR_TOTAL
ITEM_1	Pearson Correlation	1	,580**	,243*	,369**	,421**	,707**
	Sig. (2-tailed)		,000	,015	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
ITEM_2	Pearson Correlation	,580**	1	,260**	,488**	,464**	,757**
	Sig. (2-tailed)	,000		,009	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
ITEM_3	Pearson Correlation	,243*	,260**	1	,472**	,338**	,656**
	Sig. (2-tailed)	,015	,009		,000	,001	,000
	N	100	100	100	100	100	100
ITEM_4	Pearson Correlation	,369**	,488**	,472**	1	,370**	,750**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
ITEM_5	Pearson Correlation	,421**	,464**	,338**	,370**	1	,734**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100
SKOR_TOT AL	Pearson Correlation	,707**	,757**	,656**	,750**	,734**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

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

	Sig. (2-tailed)	,000	,002	,010	,003	,006		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
ITEM_7	Pearson Correlation	,451**	,414**	,244*	,556**	,534**	,520**	1	,769**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,015	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
SKOR_TOTAL	Pearson Correlation	,692**	,714**	,584**	,764**	,723**	,638**	,769**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

Loyalitas Nasabah (Y)

Correlations

		ITEM_1	ITEM_2	ITEM_3	ITEM_4	SKOR_TOTAL
ITEM_1	Pearson Correlation	1	,550**	,538**	,564**	,776**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
ITEM_2	Pearson Correlation	,550**	1	,766**	,695**	,871**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
ITEM_3	Pearson Correlation	,538**	,766**	1	,765**	,900**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
ITEM_4	Pearson Correlation	,564**	,695**	,765**	1	,880**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
SKOR_ TOTAL	Pearson Correlation	,776**	,871**	,900**	,880**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

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

Lampiran 4 (Uji Reabilitas spss)

Relationship Quality (X₁)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,765	5

Kualitas Pelayanan (X₂)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,820	7

Loyalitas Nasabah (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,765	4

DAP^TAR RIWAYAT HIDUP

A. Identitas diri

Nama : Jumarianingsih

Tempat, Tanggal lahir : Baturotok 10-11-1995

Alamat Rumah : Dusun TIU

MIRI, Baturotok, kec. Batulanteh, kab. Sumbawa Besar

Nama Ayah : REPA

B. Riwayat pendidikan

1. pendidikan Formal

a. SDN 1 BATUROK, 2008

b. SMPN 2 Batulanteh, 2012


c. MAN 1 SUMBAWA BESAR, 2015

C. Pengalaman Organisasi

1. IKPPMBM (Ikatan Pemuda Pelajar Mahasiswa Batulanteh Mataram)

2. KPPB (Komonitas Pemuda Pelajar Baturorok)

Mataram, 10 Oktober 2019


Jumarianingsih

Mataram, 08 Agustus 2019

Nomor : 136 /MTR/SUPP/VIII/2019
Lampiran : Lembar

Kepada :
Universitas Islam Negeri (UIN) Mataram
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Up. Administrasi Kemahasiswaan
Di tempat.

Perihal : Persetujuan Izin Penelitian

Assalamu'alaikum wr.wb.

Menunjuk surat dari Universitas Islam Negeri (UIN) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Mataram No. 798/Un.12/FEBI/PP.00.9/07/2019, tanggal 03 Juli 2019, perihal Permohonan Izin Penelitian, bersama ini kami sampaikan bahwa Mahasiswa/i tersebut dibawah ini :

Nama : Jumarianingsih
NIM : 1502151868
Program Study : Perbankan Syariah
Judul Penelitian : Pengaruh Relationship Quality dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank BTN Kantor Cabang Syariah Mataram

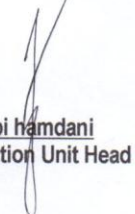
Diberikan ijin untuk melaksanakan penelitian di PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Kantor Cabang Syariah Mataram, dengan tetap mengikuti segala peraturan dan ketentuan yang berlaku pada perusahaan kami.

Demikian disampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr.wb

PT. BANK TABUNGAN NEGARA (Persero) Tbk.
KANTOR CABANG SYARIAH MATARAM


Untoro Budi S
DBM Supporting


Obi Hamdani
Operation Unit Head

Kegiatan Wawancara Dengan Ketua Pelayanan PT.Bank BTN Syariah Cabang Mataram, Serta Kegiatan Silaturahmi Dengan Nasabah di Bank Saat Penelitian Berlangsung.

