

**PENGARUH CITRA, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK BUKOPIN SYARIAH
CABANG SURAKARTA**



PUBLIKASI ILMIAH

Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Menyelesaikan Program Studi
Strata I Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh:

MAHFUD HIDAYAT
B 100120146

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2016**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH CITRA, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK BUKOPIN SYARIAH CABANG
SURAKARTA**

PUBLIKASI ILMIAH

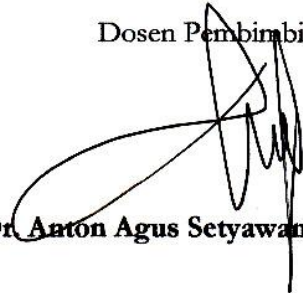
Oleh:

MAHFUD HIDAYAT

B 100120146

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen Pembimbing


Dr. Anton Agus Setyawan, S.E., M.Si

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH CITRA, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK BUKOPIN SYARIAH
CABANG SURAKARTA**

Oleh:
MAHFUD HIDAYAT
B100120146

Telah dipertahankan didepan Dewan Penguji
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari, tgl: Kamis, 04 Februari 2016
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji:

1. Dr. Anton Agus Setyawan, S.E., M.Si.
Ketua Dewan Penguji
2. Sri Murwanti, S.E., M.M.
Anggota I Dewan Penguji
3. Jati Waskito, S.E., M.Si.
Anggota II Dewan Penguji

(.....)
(.....)
(.....)

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. H. Priyono, S.E., M.Si.)

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau di terbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidak benaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggung jawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 25 April 2016

Penulis



MAHFUD HIDAYAT

B 100120146

PENGARUH CITRA, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK BUKOPIN SYARI'AH CABANG SURAKARTA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis: 1) Pengaruh citra terhadap loyalitas nasabah Bank Bukopin Syari'ah. 2) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah Bank Bukopin Syari'ah. 3) Pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah Bank Bukopin Syari'ah. 4) Pengaruh citra, kualitas pelayanan dan kepercayaan secara bersama-sama terhadap loyalitas nasabah Bank Bukopin Syari'ah.

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Bukopin Syari'ah cabang Surakarta. Jumlah sampel yang digunakan adalah 120 responden yang diambil secara *purposive sampling*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis regresi linear berganda dengan uji hipotesis yaitu uji t dan uji f. Sebelum menggunakan analisis regresi linear berganda, dilakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu.

Hasil penelitian ini adalah: 1) Citra berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Bukopin Syari'ah cabang Surakarta, 2) Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Bukopin Syari'ah cabang Surakarta, 3) Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Bukopin Syari'ah cabang Surakarta, 4) Citra, kualitas pelayanan dan kepercayaan mempunyai pengaruh secara simultan terhadap loyalitas nasabah Bank Bukopin Syari'ah cabang Surakarta.

Kata kunci : Citra, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan dan Loyalitas Nasabah

ABSTRACT

This study aimed to analyze: 1) The effect of the image on customer loyalty Bank Bukopin Syari'ah. 2) The effect of service quality on customer loyalty Bank Bukopin Syari'ah. 3) Effect of trust on customer loyalty Bank Bukopin Syari'ah. 4) The effect of the image, quality and trust services together on customer loyalty Bank Bukopin Syari'ah.

The population in this study are customers of Bank Bukopin Syari'ah Surakarta branch. The number of samples used were 120 respondents taken by purposive sampling. The method used in this research is by using multiple linear regression analysis to test the hypothesis that the t test and f test. Before using multiple linear regression analysis, performed classical assumption beforehand .

The results of this research are: 1) The image of a significant effect on customer loyalty Bank Bukopin Syari'ah Surakarta branch, 2) Quality significant effect on customer loyalty Bank Bukopin Syari'ah Surakarta branch, 3) Belief significant effect on customer loyalty Bank Bukopin Syari'ah branch of Surakarta , 4) image, quality of service and reliance have influence simultaneously to the loyalty of consumer of Bank Bukopin Syari'ah Surakarta branch .

Keywords : Image , Quality of Service , Trust and Customer Loyalty

1. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan semakin ketatnya persaingan di dunia bisnis saat ini, maka semakin sulit bagi perusahaan untuk dapat menjaga kesetiaan pelanggan agar tidak berpindah ke perusahaan lain (Susanto, 2008:59). Peranan bank sangatlah penting bagi perekonomian suatu negara dalam hal mendukung pembangunan, karena pembangunan perekonomian disuatu negara sangat bergantung pada dinamika perkembangan dan kontribusi nyata dari sektor perbankan (Lupiyoadi dan Hamdani, 2009).

Perbankan sebagai suatu lembaga keuangan kepercayaan bagi masyarakat yang menjadi peranan penting dalam sistem perekonomian, sehingga bank dapat di katakan sebagai urat nadi dari sistem keuangan di suatu negara atau wilayah yang beraktifitas menerima simpanan dari masyarakat dalam bentuk tabungan, giro, deposit. Yang kemudian dana yang terkumpul dari masyarakat tersebut di salurkan kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit. Salah satu kegiatan bank yang sangat penting dan utama adalah menyalurkan kredit kepada masyarakat, baik kredit perorangan, maupun kredit lembaga atau kredit perusahaan. Sehingga pendapatan bank dari kredit yang merupakan bunga merupakan sumber utama dari pendapatan suatu bank. Bila di perhatikan neraca bank akan terlihat bahwa sisi aktiva bank akan di dominasi oleh besarnya jumlah kredit.

Masyarakat di indonesia kebanyakan masyarakat muslim, sehingga adanya bank syari'ah kemungkinan besar berdampak positif dan mampu bersaing dengan bank konvensional, di karenakan bank syari'ah tidak mengenal bunga, dan menurut pandangan islam bunga adalah riba, bank syari'ah mempunyai karakteristik yakni prinsip bagi hasil (profit sharing). Berdasarkan prinsip ini, bank akan berfungsi sebagai mitra yang baik dengan penabung maupun pengusaha yang meminjam dana. Dengan penabung bank akan bertindak sebagai pengelola dana, sedangkan dengan pengusaha/peminjam dana, bank syari'ah sebagai penyandang dana baik yang berasal dari tabungan, deposito, maupun dana bank sendiri berupa modal dari pemegang saham.

Adapun bank konvensional sendiri yaitu bank yang dalam aktivitasnya, baik penghimpunan dana maupun dalam penyaluran dananya memberikan dan menggunakan imbalan berupa bunga atau sejumlah imbalan dalam persentase tertentu dari dana untuk periode tertentu persentase tertentu tersebut biasanya di tetapkan per tahun.

B. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini untuk menganalisis lebih spesifik tentang pengaruh antar variable yaitu:

1. Untuk menganalisis pengaruh langsung variabel citra terhadap loyalitas nasabah Bank Bukopin Syari'ah!

2. Untuk menganalisis pengaruh langsung variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah Bank Bukopin Syariah!
3. Untuk menganalisis pengaruh langsung variabel kepercayaan terhadap loyalitas nasabah Bank Bukopin Syariah!
4. Untuk menganalisis citra, kualitas pelayanan dan kepercayaan secara bersama-sama terhadap loyalitas nasabah Bank Bukopin Syariah!

2. KAJIAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

A. Tinjauan Teori

1. Pengertian Jasa

Definisi jasa menurut (Kotler, 2004:43) adalah setiap kegiatan atau manfaat yang dapat di berikan oleh suatu pihak lain yang pada dasarnya bersifat tidak berwujud (*Intangible*) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Selanjutnya menurut (Kotler, 2000) mengatakan bahwa sebuah perusahaan jasa dapat memenangkan persaingan dengan menyampaikan secara konsisten layanan yang bermutu lebih tinggi dari pada harapan pelanggan.

2. Citra

Menurut (Bontis dan Booker, 2007) Citra adalah Sebuah lembaga perbankan akan di anggap berhasil dalam membangun citra bank nya apabila dapat untuk menciptakan atau membangun suatu hal yang menyenangkan dan dapat berhasil untuk menarik nasabah, baik itu nasabah baru maupun nasabah yang sudah ada. Nasabah akan cenderung mendatangi atau menjadi bagian dari perusahaan (bank) tersebut apabila telah memiliki gambaran tentang apa yang akan di alami atau di rasakan dengan berdasarkan pada pengalaman-pengalaman transaksi atau informasi sebelumnya dari bank-bank pesaing atau menurut cerita dari nasabah lain. Hal tersebut menunjuk kan bahwa informasi yang di peroleh dari nasabah lama bisa di jadikan bahan evaluasi atau citra suatu bank. Nasabah tidak mengalami secara langsung biasanya akan mendapatkan informasi dari iklan di media atau dari cerita orang lain. Dengan demikian dapat di simpulkan bahwa citra bank dapat mempengaruhi loyalitas nasabah. Karena hal tersebut di pengaruhi oleh persepsi nasabah terhadap bank yang di pilihnya.

3. Kualitas Pelayanan

kualitas dapat didefinisikan sebagai tingkat mutu yang diharapkan dan pengendalian keragaman dalam mencapai mutu tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen (Laksana, 2008:88).

Pelayanan merupakan suatu bentuk strategi dimana pelayanan yang dikerjakan secara profesional dapat memberikan keuntungan yang besar bagi perusahaan dan akan mendapatkan kepercayaan dari pelanggan dalam perusahaan jasa (Subagio dan Saputra, 2012).

Kualitas pelayanan yang baik adalah saat perusahaan mampu memberikan pelayanan sesuai permintaan konsumen, mendengarkan segala bentuk keluhan-keseah konsumen dan memberikan reaksi yang positif terhadap keluhan-keseah konsumen sehingga tidak menimbulkan persepsi yang tidak baik atau buruk atas kualitas pelayanan yang diberikan.

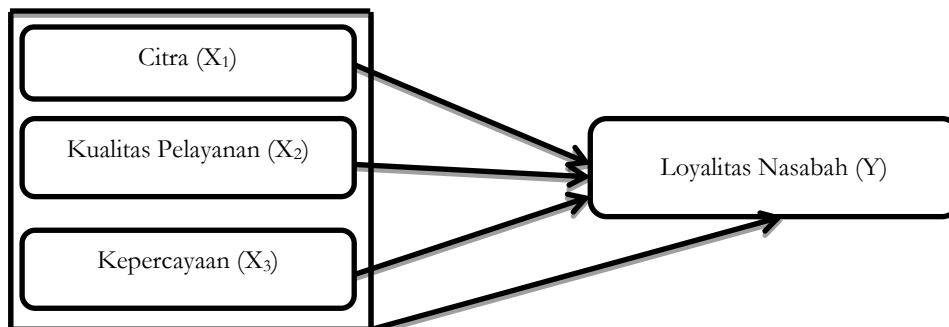
4. Kepercayaan

Menurut (Kotler, 2009:219) kepercayaan adalah kesediaan perusahaan untuk bergantung pada mitra bisnis. Kepercayaan tergantung pada sejumlah faktor antar pribadi dan antar organisasi, seperti kompetensi, integritas, kejujuran dan kebaikan hati perusahaan.

5. Loyalitas

Secara garis besar pengertian loyalitas adalah suatu kesetiaan terhadap sebuah merek atau sebuah produk yang di hasilkan dari suatu perusahaan. Menurut (Peter dan Olson, 2000:162) loyalitas merek adalah sebagai keinginan melakukan pembelian kembali. Kesetiaan itu timbul tanpa adanya suatu paksaan dari pihak manapun, tetapi timbul dari kesadaran diri sendiri.

B. Kerangka Pemikiran



C. Hipotesis

H₁ : Terdapat pengaruh signifikan variabel citra terhadap loyalitas nasabah Bank Bukopin Syari'ah cabang Surakarta.

H₂ : Terdapat pengaruh signifikan variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah Bank Bukopin Syari'ah cabang Surakarta.

H₃ : Terdapat pengaruh signifikan variabel kepercayaan terhadap loyalitas nasabah Bank Bukopin Syari'ah cabang Surakarta.

H₄ : Terdapat pengaruh signifikan citra, kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah Bank Bukopin Syari'ah cabang Surakarta.

3. METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian survey yang dilakukan adalah guna untuk memperoleh data dengan cara memberikan kuesioner kepada responden untuk di isi oleh nasabah Bank Bukopin Syari'ah cabang Surakarta. Dan guna untuk mengetahui pengaruh citra, kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah Bank Bukopin Syari'ah cabang Surakarta.

B. Definisi Operasional Variabel

1. Variabel Independen(Variabel Bebas)

Yaitu, variabel yang mempengaruhi variabel lain atau variabel terikat. Dalam penelitian ini variabel independen nya adalah sebagai berikut:

a. Citra

Citra adalah cara seseorang atau masyarakat mempersepsikan (memikirkan) perusahaan atau produknya (Kotler, 2005). Sebuah lembaga perbankan akan dianggap berhasil dalam membangun citra banknya apabila berhasil untuk menciptakan atau membangun suatu hal yang menyenangkan dan dapat berhasil untuk menarik minat nasabah, baik itu nasabah baru maupun nasabah yang telah ada.

b. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan salah satu unsur penilaian konsumen terhadap perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa. Nasabah tentunya memiliki harapan akan layanan yang berkualitas. Layanan yang berkualitas adalah layanan yang secara ekonomis menguntungkan dan secara prosedural mudah serta menyenangkan.

c. Kepercayaan

Kepercayaan merupakan keyakinan dimana seseorang akan mendapatkan apa yang diharapkan dari orang lain. Kepercayaan menyangkut kesediaan seseorang agar berperilaku tertentu karena keyakinan bahwa mitranya akan memberikan apa yang ia harapkan dan suatu harapan yang umumnya dimiliki seseorang bahwa kata, janji atau pernyataan orang lain dapat dipercaya.

2. Variabel Dependen

Yaitu, variabel yang di pengaruhi variabel lain atau variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel dependennya adalah:

a. Loyalitas Nasabah

Loyalitas muncul didahului oleh kepuasan yang dialami oleh pelanggan. Loyalitas merupakan suatu komitmen akan suatu produk yang bukan hanya tercermin dari perilaku pembelian yang terus menerus.

C. Metode Analisis Data

1. Uji Kualitas Data

a. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu pengukuran menunjukkan sejauh mana pengukuran tersebut tanpa bias dan karena itu menjamin pengukuran yang konsisten lintas waktu dan lintas beragam item dalam instrumen (Uma Sekaran, 2006:240). Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh suatu alat ukur dapat dipercaya untuk melakukan pengukuran. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien alpha (α) atau cronbach alpha, dimana akan dikatakan reliabel jika nilai koefisien $> 0,6$ menunjukkan tidak adanya internal konsistensi.

b. Uji Validitas

Uji Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukuran itu benar-benar mengukur apa yang ingin diukur (Umar, 2011).

Suatu item pertanyaan dikatakan valid jika terdapat korelasi signifikan yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi kurang dari nilai alpha (α) = 0,05 antara item pertanyaan yang diukur validitasnya dengan skor total seluruh item pertanyaan.

Suatu item pertanyaan dikatakan tidak valid jika nilai signifikansinya melebihi nilai alpha (α) = 0,05 atau tidak terdapat korelasi yang signifikan antara item pertanyaan tersebut dengan skor total seluruh item pertanyaan.

D. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi mendekati normal (Ghozali, 2011).

2. Uji Heterokedastisitas

Metode untuk pengujian heterokedastisitas adalah dengan menggunakan metode *glejser*, yaitu dilakukan dengan meregresikan kembali nilai *absolute residual* yang di peroleh yaitu (e_1) atas variabel dependen (Ghozali, 2011). Atau uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

3. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk pengujian apakah model regresi di temukan adanya korelasi antara variabel bebas. Jika di temukan adanya multikolinearitas, maka koefisien regresi variabel tidak tentu dan kesalahan menjadi tak terhingga. Salah satu metode untuk mendeteksi adanya multikolinearitas adalah besaran VIF (Variance Inflation Factor) dan tolerance.

4. Uji Linearitas

Linearitas adalah keadaan dimana hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen bersifat linear (garis lurus) dalam range variabel independen tertentu. Regresi linear yang dijadikan model pada penelitian ini dapat digunakan apabila asumsi linearitas terpenuhi.

E. Uji Hipotesis

1. Analisis Regresi Linear Berganda

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e_i$$

Dimana:

- Y : Loyalitas Nasabah
- α : Konstanta
- X1 : Citra
- X2 : Kualitas Pelayanan
- X3 : Kepercayaan
- $\beta_1, \beta_2, \beta_3$: Koefisien Regresi
- e_i : Variabel Pengganggu(error)

2. Uji t

Pengujian ini di gunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial dan digunakan untuk mengukur dominasi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

a. Menyusun Formulasi H0 dan Ha

H0 = $\beta = 0$ (Secara individual variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen)

Ha = $\beta \neq 0$ (Secara individual variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen)

b. Menentukan level of Significance $\alpha = 0,05$ atau 5%

3. Uji F

Uji f digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen secara bersama-sama.

a. Membuat Formulasi H0 dan Ha

H0 = $\beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = 0$ (Secara bersama-sama tidak ada pengaruh signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen).

Ha = $\beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq \beta_4 \neq 0$ (Secara bersama-sama ada pengaruh signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen).

b. Menentukan Level of Significance $\alpha = 0,05$ atau 5%

4. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Menurut (Gujarati, 2008:187) R² menyatakan/mengukur proporsi atau persentase dari total variasi variabel tak bebas (Y) yang dijelaskan oleh sebuah variabel penjelas (X).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Uji Reliabilitas dan Uji Validitas

1. Uji Reliabilitas

Tabel IV.1.
Rekapitulasi Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Nilai Standar	Keterangan
Citra	0,645	0,60	Reliabel
Kualitas pelayanan	0,631	0,60	Reliabel
Kepercayaan	0,660	0,60	Reliabel
Loyalitas	0,656	0,60	Reliabel

2. Uji Validitas

Tabel IV.2.
Rekapitulasi Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	<i>Pearson Correlation</i>	sig.	Keterangan
1. Citra	a1	0,646	0,000	Valid
	a2	0,719	0,000	Valid
	a3	0,737	0,000	Valid
	a4	0,684	0,000	Valid
2. Kualitas pelayanan	b1	0,679	0,000	Valid
	b2	0,375	0,000	Valid
	b3	0,400	0,000	Valid
	b4	0,498	0,000	Valid
	b5	0,524	0,000	Valid
	b6	0,475	0,000	Valid
	b7	0,497	0,000	Valid
	b8	0,455	0,000	Valid
	b9	0,595	0,000	Valid
3. Kepercayaan	c1	0,699	0,000	Valid
	c2	0,652	0,000	Valid
	c3	0,576	0,000	Valid
	c4	0,673	0,000	Valid
	c5	0,651	0,000	Valid
4. Loyalitas	d1	0,571	0,000	Valid
	d2	0,707	0,000	Valid
	d3	0,710	0,000	Valid
	d4	0,629	0,000	Valid
	d5	0,619	0,000	Valid

B. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Model regresi yang baik adalah mempunyai distribusi data normal atau mendekati normal. Untuk menguji atau mendeteksi normalitas ini menggunakan uji normalitas dari Kolmogorov Smirnov, dengan melihat nilai signifikansi variabel, jika signifikansi lebih besar dari alpha 5% maka menunjukkan residual berdistribusi normal.

2. Uji Heteroskedastisitas

Tabel IV.3.
Hasil Uji Heteroskedastisitas

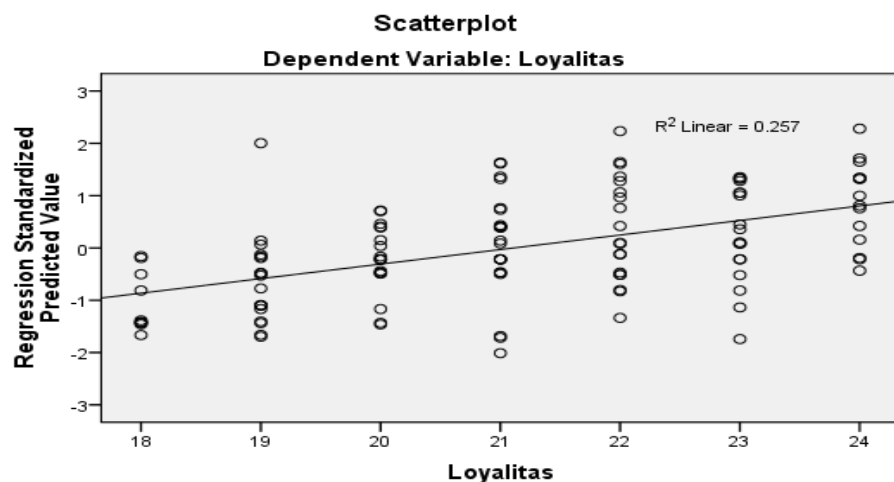
	Koefisien regresi	Uji t	Sig.	Keterangan
Constant	3,501	2,054	0,042	Signifikan
Citra	0,030	0,592	0,555	Tidak Signifikan
Kualitas Pelayanan	-0,062	-1,936	0,055	Tidak Signifikan
Kepercayaan	-0,020	-0,475	0,636	Tidak Signifikan

3. Uji Multikolinearitas

Tabel IV.4.
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel bebas	Tolerance	VIF	Keterangan
Citra	0,990	1,010	Bebas multikolinearitas
Kualitas pelayanan	0,991	1,009	Bebas multikolinearitas
Kepercayaan	0,986	1,014	Bebas multikolinearitas

4. Uji Linearitas



Gambar IV.1. Scatter Plot Uji Linearitas

C. Analisis Regresi

Tabel IV.5.
Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

	Koefisien regresi	Uji t	Sig.	Keterangan
Constant	0,632	0,195	0,846	Tidak Signifikan
Citra	0,299	3,119	0,002	Signifikan
Kualitas Pelayanan	0,276	4,509	0,000	Signifikan
Kepercayaan	0,279	3,419	0,001	Signifikan
Uji f	13,363		0,000	Signifikan
R ²	0,257			

D. Pembuktian Hipotesis

1. Uji t (Parsial)

a. Variabel Citra (X₁)

Variabel citra berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, dari uji t dengan taraf nyata 5% dimana memiliki nilai thitung (3,119) > ttabel (1,981) dan memiliki nilai probabilitas 0,002 < 0,05, hal ini berarti bahwa variabel citra memengaruhi loyalitas nasabah.

b. Variabel kualitas pelayanan (X₂)

Variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, dari uji t dengan taraf nyata 5% diperoleh nilai thitung (4,509) > ttabel (1,981) dan memiliki nilai probabilitas 0,000 < 0,05, hal ini berarti bahwa variabel kualitas pelayanan memengaruhi loyalitas nasabah.

c. Variabel kepercayaan (X₃)

Variabel kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, dari uji t dengan taraf nyata 5% diperoleh nilai thitung (3,419) > ttabel (1,981) dan memiliki nilai probabilitas 0,001 < 0,05, hal ini berarti bahwa variabel kepercayaan memengaruhi loyalitas nasabah.

2. Uji F (Simultan)

Untuk mengetahui pengaruh secara simultan variabel citra, kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah, maka dilakukan uji f. Berdasarkan hasil uji f pada Tabel IV.8. Diperoleh nilai fhitung = 13,363 dan ftabel (2,683), karena memiliki nilai fhitung > ftabel dan memiliki nilai probabilitas yang lebih kecil dari nilai alpha (0,000 <

0,05), maka dapat disimpulkan bahwa variabel citra, kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas nasabah.

3. Koefisien Determinasi(R²)

Koefisien determinasi (R Square) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependennya. Nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,257 artinya bahwa 25,7% variasi loyalitas nasabah dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen (citra, kualitas pelayanan dan kepercayaan).

5. PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan dari keseluruhan hasil penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Citra berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Bukopin Syari'ah cabang Surakarta.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Bukopin Syari'ah cabang Surakarta.
3. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Bukopin Syari'ah cabang Surakarta.
4. Citra, kualitas pelayanan dan kepercayaan mempunyai pengaruh secara simultan terhadap loyalitas nasabah Bank Bukopin Syari'ah cabang Surakarta.

B. Saran

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan diatas, maka akan dikemukakan saran-saran sebagai berikut:

1. Secara umum loyalitas nasabah Bank Bukopin Syari'ah cabang Surakarta sudah baik, sehingga perlu dipertahankan dan lebih ditingkatkan. Beberapa cara yang bisa dilakukan guna meningkatkan loyalitas nasabah sehubungan dengan variabel citra, kualitas pelayanan dan kepercayaan diantaranya:
 - a. Memberikan pelayanan yang cepat dan efisien
 - b. Memberikan jaminan keamanan bagi nasabah
 - c. Tanggap terhadap masalah dan keluhan dari nasabah
 - d. Meningkatkan fasilitas-fasilitas perusahaan yang sudah ada
 - e. Meningkatkan profesionalitas dari karyawan terutama *Customer Service* dan *Teller*
2. Penelitian ini hanya sebagian kecil dari aktifitas perbankan yang ada, untuk itu bagi penelitian yang lebih lanjut yang berhubungan dengan penelitian ini, hendaknya dapat mempertimbangkan hasil penelitian ini dan menambahkan jumlah variabel yang mempengaruhi loyalitas nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Bontis, Nick, and Lorne D. Booker (2007). *The mediating effect of organizational reputation on customer loyalty and service recommendation in banking industry*. Management. Vol. 45, No. 9 P. 1426-1445.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariante dengan Program IBM SPSS19*. Semarang: Universitas Diponegoro Semarang.
- Gujarati, Damodar N. 2008. *Dasar-dasar Ekonometrika*. Edisi ke 3 jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, Phillip. 2000. *Marketing management*. (The Millenium Edition). New Jersey: Prentice-Hall.
- Kotler, Philip dan armstrong. 2004. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Edisi ke 12 Jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke 11 Jilid 1. Jakarta: PT Indeks Gramedia.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid I* Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Laksana, F ajat, 2008, *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*, Penerbit Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A. (2009). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Peter, J. Paul and Jerry C. Olson. 2000. *Consumer Behavior, Perilaku Konsumen dan Strategi pemasaran* Terj. Damos Sihombing dan Peter Remy. Jakarta: Erlangga.
- Sekaran, Uma. 2006. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Jilid 1. Edisi4. Jakarta: Salemba Empat.
- Subagio, Hartono, Saputra Robin. 2012. *Pengaruh Perceived Service Quality, Perceived Value, Satisfaction dan Image Terhadap Customer Loyalty* (Studi Kasus Garuda Indonesia), Jurnal Manajemen Pemasaran, 7 (5): h: 42-52.
- Susanto, Herry & Damayanti, Wido. 2008. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk terhadap Loyalitas Konsumen*. Jurnal Ekonomi Bisnis. (Vol. 13 No. 1 April 2008).
- Umar, Husein. 2011. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Raja Wali Pers