

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN ATRIBUT PRODUK
TABUNGAN ROFIQOH TERHADAP LOYALITAS MELALUI
KEPUASAN NASABAH SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi Pada Nasabah Bank Sumsel Babel KCPS UIN Raden Fatah
Palembang)**

Tami Utari¹⁾, Juwita Anggraini²⁾, Yusiresita Pajaria³⁾
UIN Raden Fatah Palembang

e-mail: ¹⁾ thamiutari71@gmail.com, ²⁾
juwitaanggraini_uin@radenfatah.ac.id, ³⁾
yusiresita@radenfatah.ac.id

ABSTRACT

Customer loyalty is the key to survival a bank. To achieve loyalty, there needs to be customer satisfaction. Customer satisfaction can be obtained from customer trust and product attributes offered by the bank so that customers will continue to transact with the bank. The purpose of this study is to determine the influence of trust and attributes of rofiqoh savings products to loyalty through customer satisfaction as intervening variable at Sumsel Babel KCPS bank UIN Raden Fatah Palembang. Data collection methods through questionnaires distributed to 100 respondents. With a population of all savings customers rofiqoh bank Sumsel Babel KCPS UIN Raden Fatah Palembang. Techniques using purposive sampling methods, with criteria for active customers and have been customers for more than a year. Data analysis through validity tests, reliability tests, classic assumption tests and path analysis with the SPSS 21 program. The results showed that customer's trust is influential and significant to customer loyalty. Rofiqoh savings product attributes and customer satisfaction have no effect customer loyalty. Customer trust and savings product attributes influence and significant customer satisfaction. And satisfaction the customer mediates between the customer's trust and the attributes of the savings product rofiqoh against customer loyalty.

Keywords: *Customer Trust, Rofiqoh Savings Product Attributes, Customer Satisfaction, Customer Loyalty.*

ABSTRAK

Loyalitas nasabah merupakan kunci utama untuk keberlangsungan hidup sebuah bank. Untuk mencapai loyalitas, maka perlu adanya kepuasan dari nasabah. Kepuasan nasabah bisa didapatkan dari kepercayaan nasabah dan atribut produk yang ditawarkan oleh pihak bank sehingga nasabah akan terus bertransaksi dengan bank tersebut. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kepercayaan dan atribut produk tabungan rofiqoh terhadap loyalitas melalui kepuasan nasabah sebagai variabel intervening pada bank Sumsel Babel KCPS UIN Raden Fatah Palembang. Metode pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden. Dengan populasi seluruh nasabah tabungan rofiqoh bank Sumsel Babel KCPS UIN Raden Fatah Palembang. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling*, dengan kriteria nasabah aktif dan telah menjadi nasabah lebih dari satu tahun. Analisis data melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik dan *path analysis* yang dibantu dengan program SPSS 21. Adapun hasil dari penelitian ini diperoleh bahwa kepercayaan nasabah berpengaruh dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Atribut produk tabungan rofiqoh dan kepuasan nasabah tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Kepercayaan nasabah dan atribut produk tabungan rofiqoh berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dan kepuasan nasabah memediasi antara kepercayaan nasabah dan atribut produk tabungan rofiqoh terhadap loyalitas nasabah.

Kata Kunci: *Kepercayaan Nasabah, Atribut Produk Tabungan Rofiqoh, Kepuasan Nasabah, Loyalitas Nasabah*

PENDAHULUAN

Persaingan bisnis dalam dunia perbankan syariah saat ini telah berkembang semakin pesat. Dengan semakin banyaknya bank syariah yang ada di Indonesia maka tingkat persaingan antar bank pun semakin tinggi.¹ Maka persaingan dalam mempertahankan dan memenuhi harapan nasabah menjadi tantangan besar bagi bank syariah saat ini. Salah satu hal yang harus dipertahankan oleh bank syariah adalah loyalitas nasabah.²

Loyalitas nasabah sangat penting untuk mempertahankan kelangsungan hidup suatu perusahaan perbankan.³ Untuk mempertahankannya diperlukan relasi yang baik antara pihak bank dan nasabah, dengan menjaga kepercayaan nasabah dan memberikan produk berkualitas yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabah.⁴ Melalui sikap yang ditunjukkan nasabah atas produk atau jasa yang telah digunakannya. Sudah bisa dipastikan jika nasabah telah merasa puas dengan suatu produk atau jasa, maka nasabah tersebut akan melakukan pembelian ulang dan menggunakannya secara terus-menerus serta memberitahukan kepada kerabat atau orang lain tentang pengalamannya selama menggunakan produk tersebut.⁵

Pengalaman yang baik mampu menumbuhkan sikap positif terhadap nasabah, dan akan menimbulkan kepuasan nasabah, dengan adanya perasaan positif yang diperoleh dari perasaan puas terhadap produk maka akan menimbulkan kepercayaan nasabah. Kepercayaan nasabah bisa diukur dengan kemampuan bank memenuhi harapan nasabahnya, serta pelayanan yang diberikan bank kepada nasabah untuk membuat nasabah memberikan kepercayaannya kepada bank.⁶

Dalam memberikan kepuasan kepada nasabah bisa dengan penyampaian produk, termasuk melalui atribut produk yang pelayanannya baik dan berkualitas bagi nasabah.

¹ Rustam H. Harun, “*Pengaruh Atribut Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Simpedes pada BRI Unit Kantor Cabang Palu*”, e Jurnal Katalogi Vol. 3, No 10, 2015, hlm 145.

² Rutmania Sitingjak, “*Analisis Pengaruh Atribut Produk Islami dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia Syariah Pekanbaru*”, Jurnal FEKON Vol. 2 No. 2, 2015, hlm 1.

³ Etta Mamang dan Sopiah, *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis*, (Yogyakarta: Andi, 2013), hlm 104.

⁴ Abdulah Thamrin, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta:Rajawali Pers, 2016), hlm 41.

⁵ Muhammad Bahrudin dan SitiZuhro, “*Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan*”, Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam Vol.3 No.1, 2015, hlm 3.

⁶ Rustam H. Harun, “*Pengaruh Atribut Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Simpedes pada BRI Unit Kantor Cabang Palu*”, e Jurnal Katalogi Vol 3, No 10, 2015, hlm 145.

Dengan adanya atribut produk dan layanan yang ditawarkan, semakin memiliki ciri khas bank syariah, yaitu dengan menggunakan nama produk tabungan “rofiqoh”. Tabungan rofiqoh merupakan produk simpanan bagi perorangan/lembaga dengan sistem titipan sesuai syariah dan penuh keberkahan yang dilengkapi dengan berbagai keunggulan dan kemudahan. Dengan adanya produk tabungan rofiqoh diharapkan produk tersebut dapat bertahan didunia perbankan.⁷

Akad tabungan rofiqoh adalah *Al-Wadiah Yad ad Dhamanah*. *Al-wadiah* merupakan akad titipan dimana nasabah menjadi pihak yang menitipkan, sedangkan bank menjadi pihak yang dititipkan atau yang menerima dana. Dan bank juga harus menjaga keutuhan dana yang diperoleh tanpa ada kewajiban untuk memberikan imbalan atau bagi hasil kepada nasabah.⁸ Akad *Wadiah Yad ad Dhamanah* merupakan akad titipan dari nasabah kepada bank yang dapat dimanfaatkan oleh bank dan bank juga akan menjamin pengembalian titipan tersebut sebesar pokok yang dititipkan nasabah.⁹

Penelitian yang dilakukan adalah (*field research*) atau penelitian lapangan yaitu penelitian yang dilakukan dengan terjun langsung ke objek penelitian dan melakukan survei. Bentuk penelitian yang digunakan yaitu penelitian kausalitas dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang menggunakan analisis data yang berbentuk numerik/angka.¹⁰ Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer ialah data yang diperoleh langsung dari pengisian kuesioner sebagai instrumen penelitian yang diberikan kepada nasabah bank Sumsel Babel Syariah KCPS UIN Raden Fatah Palembang.

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh nasabah yang menggunakan produk tabungan rofiqoh pada bank Sumsel Babel KCPS UIN Raden Fatah Palembang dengan jumlah nasabah pada bulan Desember 2019 sebesar 15.509 nasabah. Pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.¹¹

⁷ Bank Sumsel Babel Syariah Palembang, “*Dana Pihak Ketiga Tabungan Rofiqoh*”, <https://www.banksumselbabel.com/Syariah/Produk?ID=5>, Diakses 12 Desember 2019.

⁸ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), hlm 179.

⁹ Imam Mustofa, *Fiqh Mu’amalah Kontemporer*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), hlm 180.

¹⁰ Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi pada Penelitian*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2015), hlm 109.

¹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, (Bandung: alfabeta, 2015), hlm 80.

Pemilihan sampel pada penelitian ini berdasarkan ketentuan :

- a. Nasabah aktif tabungan rofiqoh bank Sumsel Babel KCPS UIN Raden Fatah Palembang.
- b. Nasabah tabungan rofiqoh bank Sumsel Babel KCPS UIN Raden Fatah Palembang lebih dari satu tahun.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu kuesioner/angket. Dalam penelitian ini penyebaran kuesioner melalui *google form* dengan cara menyebarkan link kuesionernya via *WhatsApp*. Dan Teknik analisis data menggunakan analisis kuantitatif. Analisis data merupakan kegiatan menganalisis data setelah data hasil jawaban kuisisioner dari responden terkumpul. Data tersebut lalu diklasifikasikan dalam kategori tertentu dengan menggunakan tabel-tabel tertentu untuk memudahkan dalam menganalisisnya dengan bantuan program SPSS 21. Meliputi Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Analisis Substruktural, dan Uji Variabel Mediasi.

PEMBAHASAN

Hasil Analisis Data

1. Uji Validitas

Validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar (konstruk) pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Lebih tepatnya uji ini digunakan untuk mengetahui sah atau tidak suatu kuesioner. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel, jika nilai r hitung $>$ r tabel bernilai positif dengan tingkat signifikan 5% maka pernyataan pada kuisisioner dinyatakan valid, begitupun sebaliknya.

Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	Corrected Item Pertanyaan Total Correlation	r tabel	Keterangan
Kepercayaan Nasabah	Kepercayaan1	0,743	0,1966	Valid
	Kepercayaan2	0,757	0,1966	Valid
	Kepercayaan3	0,863	0,1966	Valid
	Kepercayaan4	0,795	0,1966	Valid

	Kepercayaan5	0,774	0,1966	Valid
AtributProduk Tabungan Rofiqoh	Atributproduk1	0,803	0,1966	Valid
	Atributproduk2	0,854	0,1966	Valid
	Atributproduk3	0,841	0,1966	Valid
	Atributproduk4	0,783	0,1966	Valid
	Atributproduk5	0,759	0,1966	Valid
Kepuasan Nasabah	Kepuasan1	0,711	0,1966	Valid
	Kepuasan2	0,707	0,1966	Valid
	Kepuasan3	0,781	0,1966	Valid
	Kepuasan4	0,720	0,1966	Valid
	Kepuasan5	0,808	0,1966	Valid
Loyalitas Nasabah	Loyalitas1	0,828	0,1966	Valid
	Loyalitas2	0,810	0,1966	Valid
	Loyalitas3	0,800	0,1966	Valid
	Loyalitas4	0,804	0,1966	Valid
	Loyalitas5	0,790	0,1966	Valid

Sumber : Data yang diolah, 2020

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas ialah indeks yang menunjukkan hasil suatu pengukuran penelitian sejauh mana dapat dipercaya atau dapat diandalkan.¹² Uji reliabilitas bisa dilihat dari besarnya nilai *cronbach alpha* pada masing-masing variabel. Suatu alat ukur dikatakan reliabel jika masing-masing variabel memiliki *cronbach alpha* lebih besar dari 0,60.¹³

Uji Reliabilitas

Variabel	N of Items	Cronbach`s Alpha	Keterangan
----------	------------	---------------------	------------

¹² Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung:Alfabeta, 2010), hlm 99.

¹³ Imam Ghozali dalam Dina Amanda, "*Pengujian Kepuasan sebagai Variabel Intervening antara Pengaruh Kepercayaan dan Atribut Produk Tabungan Batara iB terhadap Loyalitas Nasabah*", Skripsi, (Palembang:UIN Raden Fatah, 2017), hlm 58.

Kepercayaan	5 item pertanyaan	0,845	Reliabel
Atribut produk tabungan rofiqoh	5 item pertanyaan	0,866	Reliabel
Kepuasan	5 item pertanyaan	0,800	Reliabel
Loyalitas	5 item pertanyaan	0,864	Reliabel

Sumber: Data yang diolah, 2020

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tujuannya dilakukan uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan perhitungan dengan uji statistik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S). Data dikatakan normal jika nilai signifikan $> 0,05$ begitupun sebaliknya.

Hasil analisis data dalam penelitian ini, pada persamaan pertama diperoleh nilai sebesar 0,869 dan pada persamaan kedua diperoleh nilai 0,554. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa residual datanya berdistribusi normal dan model regresinya telah memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Linieritas

Dilakukannya uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah model yang dibuktikan mempunyai hubungan secara linear atau tidak.¹⁴ Dalam penelitian ini uji linearitas dilihat dari nilai Sig. *Deviation from Linearity*. Jika nilai Sig. *Deviation from Linearity* $> 0,05$ maka model regresi adalah linear dan sebaliknya. Hasil analisis data dalam penelitian ini, pada persamaan pertama dan kedua semua nilai Sig. *Deviation from Linearity* lebih besar dari 0,05.

c. Uji Multikolinieritas

Tujuan dilakukannya uji multikolinieritas adalah untuk mengetahui apakah data dalam model regresi mempunyai korelasi antar variabel bebas atau tidak. Seharusnya data yang ada dalam model regresi tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Untuk mendeteksinya, yaitu dengan cara menganalisis nilai

¹⁴ M. Fauzul Hakim, "Pengaruh Atribut Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Speedy PT. Telkom Yogyakarta)", Skripsi (Yogyakarta:Universitas Negeri Yogyakarta, 2015) hlm 47.

tolerance dan VIF (*Variance Inflation Factors*). Dikatakan bebas dari multikolinieritas jika nilai *tolerance* > 1 dan VIF < 10.

Hasil analisis data dalam penelitian ini, pada persamaan pertama dan kedua semua variabel bebas memiliki nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10. Berdasarkan dasar pengambilan keputusannya dapat diketahui bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah asumsi dalam regresi di mana varians dari residual tidak sama untuk pengamatan satu ke pengamatan yang lainnya.¹⁵ Dalam penelitian ini menggunakan metode Glejser yang dilakukan dengan cara meregresikan semua variabel bebas terhadap nilai mutlak residualnya.

Hasil analisis data dalam penelitian ini, pada persamaan pertama dan kedua semua variabel bebas memiliki nilai lebih besar dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada tidak terjadi gejala model regresi heterokedastisitas.

4. Analisis Substruktural

a. Analisis Substruktural 1

Pengaruh Kepercayaan Nasabah dan Atribut Produk Tabungan Rofiqoh Secara Simultan Terhadap Kepuasan Nasabah

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.711 ^a	.506	.496	1.723

a. Predictors: (Constant), AtributProduk, Kepercayaan

Sumber: Data yang diolah, 2020

Besarnya angka Rsquare (R^2) adalah 0,506. Angka tersebut memiliki arti bahwa pengaruh kepercayaan nsaabah dan atribut produk tabungan rofiqoh terhadap kepuasan nasabah secara simultan adalah 50,6%. Besarnya pengaruh variable lain diluar model regresi tersebut dihitung dengan rumus : $(1-r^2)$ atau $(1-0,506) = 0,494$ atau sebesar 49,4%.

ANOVA dengan nilai F dan Sig.

ANOVA^a

¹⁵ Syofian Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hlm 242.

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	294,756	2	147,378	49,639	,000 ^b
1 Residual	287,994	97	2,969		
Total	582,750	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. Predictors: (Constant), AtributProduk, Kepercayaan

Sumber: Data yang diolah, 2020.

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_a diterima H_o ditolak dan sebaliknya jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_a ditolak dan H_o diterima. Dari hasil perhitungannya, dapat diketahui bahwa angka F_{hitung} sebesar $49,639 > F_{tabel}$ sebesar $3,09$ sehingga H_a diterima dan H_o ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kepercayaan nasabah dan atribut produk tabungan rofiqoh secara simultan mempengaruhi kepuasan nasabah. Dan model regresi tersebut sudah layak dan benar.

Pengaruh Kepercayaan Nasabah dan Atribut Produk Tabungan Rofiqoh secara Parsial terhadap Kepuasan Nasabah

Coefficients^a

Model	Unstandardized		Standardized	T	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
Constant)	5,097	1,575		3,236	,002
1 Kepercayaan	,481	,089	,511	5,394	,000
Atribut Produk	,245	,089	,262	2,760	,007

a. Dependent Variable: Kepuasan

Sumber: Data yang diolah, 2020

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_a diterima H_o ditolak dan sebaliknya jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_a ditolak dan H_o diterima. Besarnya angka t_{tabel} dengan ketentuan $\alpha = 0,05$ dan $df = (n-k)$ atau $(100-3) = 97$. Berdasarkan ketentuan tersebut

diperoleh angka t-tabel sebesar 1,98472. Pengaruh kepercayaan nasabah dan atribut produk tabungan rofiqoh terhadap kepuasan nasabah.

b. Analisis Substruktural 2

Pengaruh Kepercayaan Nasabah, Atribut Produk Tabungan Rofiqoh dan Kepuasan Nasabah secara Simultan terhadap Loyalitas Nasabah

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.633 ^a	.400	.382	2.321

a. Predictors:(Constant), Kepuasan, Atributproduk, Kepercayaan

Sumber: Data yang diolah, 2020

Besarnya angka Rsquare (R^2) adalah 0,400. Angka tersebut memiliki arti bahwa pengaruh kepercayaan nasabah, atribut produk tabungan rofiqoh dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah secara simultan adalah 40%. Besarnya pengaruh variabel lain diluar model regresi tersebut dihitung dengan rumus : $(1-r^2)$ atau $(1-0,400) = 0,600$ atau sebesar 60%.

ANOVA dengan nilai F dan Sig.

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	345,257	3	115,086	21,366	,000 ^b
1 Residual	517,103	96	5,386		
Total	862,360	99			

a. Dependent Variable:Loyalitas

b. Predictors:(Constant), Kepuasan, Atributproduk, Kepercayaan

Sumber: Data yang diolah, 2020

Jika F-hitung > F-tabel, maka H_a diterima H_o ditolak dan sebaliknya jika F-hitung < F-tabel, maka H_a ditolak dan H_o diterima. Berdasarkan hasil perhitungannya, dapat diketahui bahwa angka F-hitung sebesar 21,366 > F-tabel sebesar 2,70 sehingga H_a diterima dan H_o ditolak. Dengan demikian,dapat ditarik kesimpulan bahwa kepercayaan nasabah, atribut produk tabungan rofiqoh dan

kepuasan nasabah secara simultan mempengaruhi loyalitas nasabah. Dan model regresi tersebut sudah layak dan benar.

**Pengaruh Kepercayaan Nasabah, Atribut Produk Tabungan Rofiqoh dan
Kepuasan Nasabah secara Parsial terhadap Loyalitas Nasabah**
Coefficients^a

Model	Unstandardized		Standardized	T	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3,062	2,233		1,371	,174
1 Kepercayaan	,367	,137	,321	2,679	,009
Atribut Produk	,246	,124	,216	1,981	,050
Kepuasan	,222	,137	,182	1,620	,108

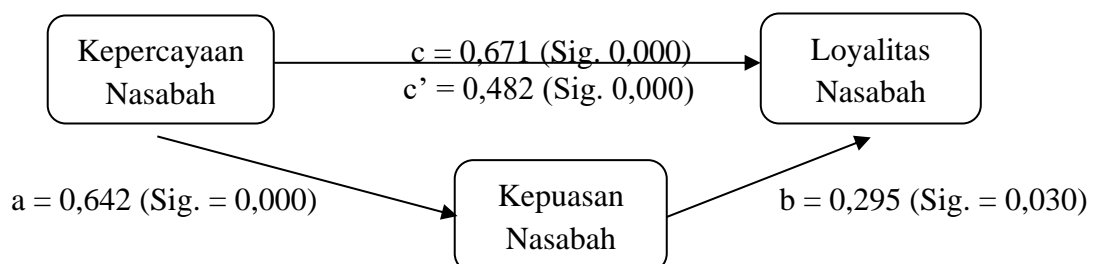
a. Dependent Variable: Loyalitas

Sumber: Data yang diolah, 2020

Jika $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$, maka H_a diterima H_0 ditolak dan sebaliknya jika $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$, maka H_a ditolak dan H_0 diterima. Besarnya angka $t\text{-tabel}$ dengan ketentuan $\alpha = 0,05$ dan $df = (n-k)$ atau $(100-4) = 96$. Dari ketentuan tersebut diperoleh angka $t\text{-tabel}$ sebesar 1,98498. Pengaruh kepercayaan nasabah, atribut produk tabungan rofiqoh dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah.

5. Pengujian Variabel Mediasi

a. *Strategy Causal Step* (Pengaruh Kepercayaan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah dengan dimediasi Kepuasan Nasabah)

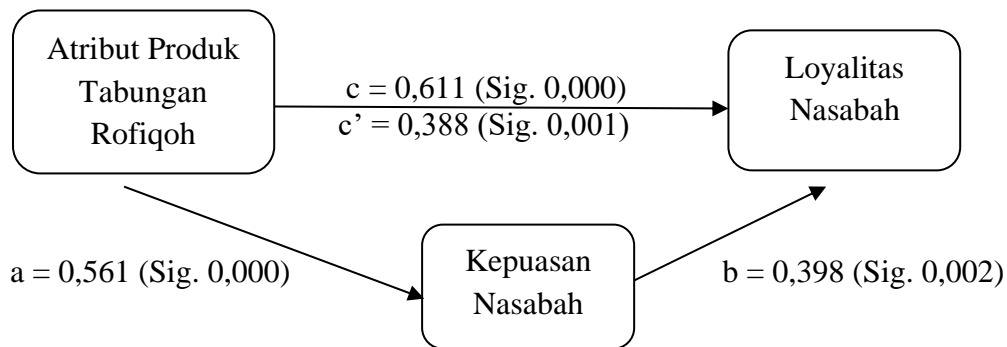


**Diagram Jalur Pengaruh Kepercayaan Nasabah terhadap
Loyalitas Nasabah dengan dimediasi Kepuasan Nasabah**

Sumber: Data yang diolah, 2020

Dapat disimpulkan bahwa model ini merupakan *partial mediation*, variabel independen mampu mempengaruhi variabel dependen baik secara langsung maupun tidak langsung dengan melibatkan variabel mediator atau dengan kata lain variabel kepuasan nasabah memediasi pengaruh antara kepercayaan nasabah terhadap loyalitas nasabah.

b. Strategy Causal Step (Pengaruh Atribut Produk Tabungan Rofiqoh terhadap Loyalitas Nasabah dengan dimediasi Kepuasan Nasabah)



**Diagram Jalur Pengaruh Atribut Produk Tabungan Rofiqoh terhadap
Loyalitas Nasabah dengan dimediasi Kepuasan Nasabah**

Sumber: Data yang diolah, 2020

Dapat disimpulkan bahwa model ini merupakan *partial mediation*, variabel independen mampu mempengaruhi variabel dependen baik secara langsung maupun tidak langsung dengan melibatkan variabel mediator atau dengan kata lain variabel kepuasan nasabah memediasi pengaruh antara atribut produk tabungan rofiqoh terhadap loyalitas nasabah.

Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Kepercayaan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan program SPSS 21, diperoleh angka t-hitung sebesar $2,679 > t\text{-tabel } 1,98472$, dengan angka signifikan $0,009 < \alpha = 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa Kepercayaan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap

Loyalitas Nasabah. Yang artinya jika terjadi peningkatan kepercayaan nasabah maka akan diikuti juga dengan kenaikan loyalitas nasabah.

Sesuai dengan kejadian dilapangan dimana kepercayaan antara nasabah dan Bank Sumsel Babel KCPS UIN Raden Fatah Palembang sudah berhubungan baik. Sehingga nasabah yakin dan merasa aman dengan transaksi yang dilakukan di bank. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Bidah Sariyati (2017) dan penelitian Muhammad Bahrudin dan Siti Zuhro (2015).

2. Pengaruh Atribut Produk Tabungan Rofiqoh terhadap Loyalitas Nasabah

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan program SPSS 21, diperoleh angka t-hitung sebesar $1,981 < t\text{-tabel } 1,98498$, dengan angka signifikan $0,050 = 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa Atribut Produk Tabungan Rofiqoh tidak memiliki pengaruh terhadap Loyalitas Nasabah. Artinya tinggi rendahnya atribut produk tidak akan mempengaruhi loyalitas nasabah.

Sesuai kejadian dilapangan hal ini disebabkan oleh kurangnya pemahaman nasabah tentang atribut produk tabungan rofiqoh. Tabungan rofiqoh merupakan produk tabungan yang mayoritas nasabahnya adalah mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang dan mahasiswa diharuskan untuk memiliki tabungan ini karena kartu ATM nya juga bisa berfungsi sebagai Kartu Tanda Mahasiswa (KTM). Sehingga mayoritas nasabah/mahasiswa hanya menggunakan tabungan rofiqoh sebagai syarat pembuatan KTM dan tidak menggunakannya dalam transaksi perbankan lainnya. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Evtiani (2017) dan penelitian Rustam H. Harun (2015).

3. Pengaruh Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan program SPSS 21, diperoleh angka t-hitung sebesar $1,620 < t\text{-tabel } 1,98498$, dengan angka signifikan $0,108 > \alpha = 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa Kepuasan Nasabah tidak memiliki pengaruh dan tidak signifikan terhadap Loyalitas Nasabah. Artinya tinggi rendahnya kepuasan nasabah tidak akan mempengaruhi loyalitas nasabah.

Sesuai kejadian dilapangan hal ini disebabkan karena beberapa faktor yaitu telah memiliki tabungan yang lebih menarik dan lokasi ATM yang cukup jauh. Sehingga nasabah belum cukup loyal meskipun dengan pelayanan yang memuaskan dan fasilitas

yang memadai. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Robby Dharma (2017) dan penelitian Nokma Aditya Nugroho, dkk (2015).

4. Pengaruh Kepercayaan Nasabah terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan program SPSS 21, diperoleh angka t-hitung sebesar $5,394 > t\text{-tabel } 1,98472$, dengan angka signifikan $0,000 < \alpha = 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa Kepercayaan Nasabah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Yang artinya jika terjadi peningkatan kepercayaan nasabah maka akan diikuti oleh kepuasan nasabah.

Sesuai dengan yang terjadi dilapangan hal ini disebabkan karena nasabah percaya bahwa bank Sumsel Babel KCPS UIN Raden Fatah Palembang memiliki reputasi yang baik, mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dan juga memberikan jaminan atas produk yang digunakan. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Heri Setiawan, dkk (2016) dan penelitian Ni Putu Lenny Pratiwi dan Ni Ketut Seminari (2015).

5. Pengaruh Atribut Produk Tabungan Rofiqoh terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan program SPSS 21, diperoleh angka t-hitung sebesar $2,760 > t\text{-tabel } 1,98472$, dengan angka signifikan $0,007 < \alpha = 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa Atribut Produk Tabungan Rofiqoh memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Artinya peningkatan yang terjadi pada atribut produk akan diikuti juga dengan peningkatan kepuasan nasabah.

Sesuai kejadian dilapangan dapat diketahui bahwa atribut produk tabungan rofiqoh merupakan produk yang paling banyak diminati oleh nasabah terbukti dengan banyaknya jumlah nasabah. Kepuasan yang didapatkan oleh nasabah disebabkan karena terpenuhinya harapan nasabah dengan pelayanan yang memuaskan dan fasilitas yang memadai. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Rustam H. Harun (2015) dan penelitian Rutmania Sitinjak (2015).

6. Pengaruh Kepercayaan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan program SPSS 21 dapat terlihat bahwa kepuasannasabah signifikan memediasi variabel kepercayaan nasabah terhadap loyalitas nasabah. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Bidah Sariyati

(2017) dan Muhammad Bahrudi dan Siti Zuhro (2015) yang menyimpulkan bahwa kepercayaan nasabah memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Kemudian Heri Setiawan dkk (2016) dan Ni Putu Lenny Pratiwi (2015) yang menyimpulkan bahwa kepercayaan nasabah memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

7. Pengaruh Atribut Produk Tabungan Rofiqoh terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan program SPSS 21 dapat terlihat bahwa kepuasan nasabah signifikan memediasi variabel atribut produk terhadap loyalitas nasabah. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Dina Amanda (2017) dan Nokma Aditya Nugroho (2015) yang menyimpulkan bahwa atribut produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Kemudian Rustam H. Harun (2015) dan Rutmania Sitinjak (2015) yang menyimpulkan bahwa atribut produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pengujian maka simpulan yang dihasilkan adalah sebagai berikut :

1. Kepercayaan Nasabah memiliki pengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah
2. Atribut Produk Tabungan Rofiqoh tidak memiliki pengaruh dan tidak signifikan terhadap Loyalitas Nasabah
3. Kepuasan Nasabah tidak memiliki pengaruh dan tidak signifikan terhadap Loyalitas Nasabah
4. Kepercayaan Nasabah memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah
5. Atribut Produk Tabungan Rofiqoh memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah
6. Kepuasan Nasabah signifikan memediasi variabel Kepercayaan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah
7. Kepuasan Nasabah signifikan memediasi variabel Atribut Produk Tabungan Rofiqoh terhadap Loyalitas Nasabah.

SARAN

Berdasarkan kesimpulan diatas, dapat disimpulkan saran sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

- a) Kinerja Bank Sumsel Babel KCPS UIN Raden Fatah Palembang sudah baik, namun untuk dapat dikenal luas perlu meningkatkan kualitas pelayanan seperti memberikan pelayanan dengan ramah dan sering tersenyum kepada nasabah. Serta ketanggapan pegawai dalam mengenalkan produk-produk lainnya yang ada di Bank Sumsel Babel KCPS UIN Raden Fatah Palembang.
- b) Bank Sumsel Babel KCPS UIN Raden Fatah Palembang setidaknya harus memperhatikan fasilitas yang ada seperti memberikann lahan parkir yang luas.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini perlu ada penambahan variabel lain seperti kualitas pelayanan, kualitas produk dan sebagainya atau juga dapat menggunakan variabel yang sama tapi menggunakan alat ukur yang berbeda dan disarankan juga untuk memperbanyak jumlah sampelnya atau mengambil lebih dari 100 responden.

DAFTAR RUJUKAN

- Abdullah Thamrin, *Manajemen Pemasaran*. (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), hlm 41
- Bank Sumsel Babel Syariah Palembang, “ *Dana Pihak Ketiga Tabungan Rofiqoh*” dalam <https://www.banksumselbabel.com/Syariah/Produk?ID=5>, Diakses 12 Desember 2019.
- Bidah Sariyati, “*Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas BNI Syariah Surakarta dengan Komitmen sebagai Variabel Intervening*” (Skripsi. Institut Agama Islam Salatiga, 2017).

- Dina Amanda, “*Pengujian Kepuasan sebagai Variabel Intervening antara Pengaruh Kepercayaan dan Atribut Produk Tabungan Batara Ib terhadap Loyalitas Nasabah*” (Skripsi. UIN Raden Fatah Palembang, 2017), hlm 58
- Eta Mamang dan Sopiah, *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2013), hlm 104
- Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), hlm 179.
- Heri Setiawan et.al. “*Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening*” *Journal of Management* Vol. 2 No. 2, Maret 2016.
- Imam Mustofa, *Fiqh Mu’amalah Kontemporer*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), hlm 180.
- Muhammad Bahrudin dan Siti Zuhro, “*Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan*. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam* Vol. 3 No. 1, (2016), 3. [<https://dx.doi.org/10.21043/bisnis.v3i1.1463>].
- M. Fauzul Hakim, “*Pengaruh Atribut Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Speedy PT. Telkom Yogyakarta)*”, (Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta, 2015) hlm 47.
- Ni Putu Lenny Pratiwi dan Ni Ketut Seminari, “*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah*”, *E Jurnal Manajemen Uhud* Vol. 4 No. 5, 2015.
- Nokma Aditya Nugroho et.al. “*Pengaruh Atribut Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan*”, *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol. 20 No. 1, Maret 2015.
- Rustam H. Harun, “*Pengaruh Atribut Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Simpedes Pada BRI Unit Kantor Cabang Palu*”, *E Jurnal Katalogi* Vol.3 No.10, (Oktober 2015), hlm.145
- Rutmania Sitinjak, “*Analisis Pengaruh Atribut Produk Islami dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia Syariah Pekanbaru*”, *Jurnal FEKON* Vol. 2 No. 2, 2015, hlm 1.
- Sugiyono. *Metode Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D* (Bandung: Alfabeta, 2015), hlm. 80.
- Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm 99.

Suryani dan Hendryadi, *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi pada Penelitian*, (Jakarta: Prenadanamedia Group, 2015), hlm 109.

Syofian Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), hlm 242.