

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS NASABAH PEMBIAYAAN MURABAHAH PADA BANK PEMBIAYAAN RAKYAT SYARIAH ADECO LANGSA

Ndaru Irawadi¹, Abdul Hamid, Zikriatul Ulya

ABSTRACT

This study aimed to find out factors that influencing costumers loyalty about murabahah financing at Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Adeco Langsa and to determine the effects partialy and silmutaneously to murabahah fiancing costumers loyalty. There are factors that influencing murabahah financing costumers loyalty including the influence of service factors, facility factors, and location factors. This study used the quantitative approach. The total of respondent are 80 costumers. Sampling this study was carried through probability sampling and simple random sampling , rarely the technique of determining to selected sample without regard to the levels in the population. This study used questioners as many as 20 items questions that were assesed with a likert 1-5 scale and used validity and reliability test. The test of assumptions were, tests of multicol-linearity, heteroscedastisitas, normality, linearity then analyzed using multiple regression analysis with the determination test method F test and t test. Base on multiple regression analysis at 5% significance level show that simultaneously service factors, facility factors, and location factors have significant positive effect to murabahah financing costumers loyalty at Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Adeco Langsa, and then there are significant positive effect of the facility factors to murabahah financing costumer loyalty and the location also has a significant positive influence on murabahah financing costumer loyalty at Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Adeco Langsa, facility factor have the most dominant influence on murabahah financing costumer loyalty at Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Adeco Langsa, with a significance of 0,000 less than 0,05.

Keyword: service, facility, place, customer loyalty.

1 IAIN Langsa, Email: ndaruirawadi252@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah pembiayaan murabahah pada Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah Adeco Langsa dan untuk mengetahui pengaruhnya secara parsial dan simultan terhadap loyalitas nasabah pembiayaan murabahah. Ada beberapa Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah pembiayaan murabahah diantaranya yaitu pengaruh faktor pelayanan, faktor fasilitas dan faktor lokasi. Penelitian ini bersifat kuantitatif, menggunakan 80 responden sebagai sampel penelitian. Pengambilan sampel pada penelitian ini dilakukan melalui probability sampling dengan metode simple random sampling, yaitu teknik penentuan sampel yang dipilih tanpa memperhatikan tentang tingkatan yang ada dalam populasi itu. Teknik pengumpulan data yang dilakukan menggunakan kuesioner sebanyak 20 item pertanyaan yang dinilai dengan skala likert 1-5 dan diuji kelayakannya menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Data yang terkumpul dilakukan uji asumsi klasik meliputi uji multikolinearitas, uji autokorelasi heterokedastisitas, normalitas, dan linearitas kemudian dianalisis menggunakan analisis regresi berganda dengan metode uji determinasi, uji F dan uji t. Berdasarkan analisis regresi berganda pada taraf signifikansi 5% menunjukkan bahwa secara simultan faktor pelayanan, faktor fasilitas dan faktor lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah pembiayaan murabahah. Hasil penelitian juga menunjukkan secara parsial bahwa terdapat pengaruh yang positif signifikan faktor pelayanan terhadap loyalitas nasabah pembiayaan murabahah pada Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah Adeco Langsa; selanjutnya terdapat pengaruh yang positif signifikan faktor fasilitas terhadap loyalitas nasabah pembiayaan murabahah pada Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah Syariah Adeco Langsa; dan lokasi juga memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap loyalitas nasabah pembiayaan murabahah pada Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah Adeco Langsa. Variabel faktor fasilitas memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap loyalitas nasabah pembiayaan murabahah pada Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah Adeco Langsa dengan signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05.

Kata kunci: *pelayanan, fasilitas, lokasi, loyalitas nasabah.*

PENDAHULUAN

Perbankan merupakan salah satu lembaga keuangan yang melaksanakan tiga fungsi utama, yaitu menerima simpanan uang, meminjamkan uang, dan memberikan jasa pengiriman uang. Dalam praktek perekonomian umat Islam, praktik-praktik seperti menerima titipan harta, meminjamkan uang untuk keperluan konsumsi dan untuk keperluan bisnis, serta melakukan pengiriman uang, telah lazim dilakukan sejak zaman Rasulullah SAW. Dengan demikian, fungsi-fungsi utama perbankan modern, yaitu menerima deposit, menyalurkan dana dan melakukan transfer dana telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan umat Islam, bahkan sejak zaman Rasulullah SAW. (Karim, 2007:18)

Adanya undang-undang No.7 tahun 1992 sebagaimana telah diubah dalam undang-undang No. 10 tahun 1998 tentang perbankan syariah dimana yang secara eksplisit menetapkan bahwa bank dapat beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah. Seiring pesatnya pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia, maka pemerintah kemudian mengeluarkan kebijakan yang khusus mengatur tentang perbankan syariah yaitu undang-undang No. 21 tahun 2008. (Rukmana, 2008:59)

Menurut kegiatan usahanya dan jenisnya bank dibagi dua, terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah. Bank Umum Syari'ah adalah bank syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Sedangkan Bank Pembiayaan Rakyat Syari'ah adalah bank syaria'ah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. (Suharso, 2017)

BPRS Sebagai lembaga keuangan syariah yang bergerak dibidang jasa perbankan, meningkatkan jumlah nasabah hal yang harus dilakukan, selain melakukan promosi, menciptakan produk baru, menciptakan suatu kemudahan dan kecepatan dalam pelayanan terhadap nasabah, bank juga harus memberikan kualitas layanan yang prima kepada nasabahnya umumnya nasabah mengharapkan layanan yang cepat dan optimal serta pelayanan yang efektif dan efisien. (Lupioadi, 2006:170)

Pelayanan secara umum adalah rasa menyenangkan yang diberikan kepada orang lain disertai kemudahan dan memenuhi segala kebutuhan mereka, Pelayanan yang baik memberikan kepuasan kepada nasabah, akan tetapi selain pelayanan, bank juga dapat memberikan fasilitas yang baik pula dan juga lokasi yang strategis dan mudah di jangkau masyarakat atau nasabah. (Husin, 2003:120)

Dalam hal ini, pelayanan, fasilitas dan lokasi akan sangat mempengaruhi loyalitas nasabah. Maka bank membutuhkan lokasi yang strategis demi mempertahankan nasabah agar merasa nyaman saat datang ke bank dan saat melakukan transaksi, bank juga harus memberikan pelayanan yang terbaik kepada para nasabahnya, tambahan fasilitas pelayanan yang diberikan juga dapat memberikan kenyamanan terhadap nasabah. Fasilitas

merupakan segala sesuatu hal yang dapat memudahkan dan mempermudah pelaksanaan segala sesuatu usaha. (Febryantotyas, 2017)

Pada masa sekarang bank adalah tujuan banyak orang untuk melakukan transaksi, salah satu transaksi yang juga banyak dilakukan di bank adalah transaksi pembiayaan *murabahah* pada bank syari'ah. (Febryantotyas, 2017)

Bila diperhatikan ada banyak sekali nasabah yang ingin melakukan atau mengajukan pembiayaan *murabahah* pada BPR Syari'ah Adeco, karena banyaknya nasabah yang mengajukan, maka akan berdampak pada pelayanan dalam memproses pembiayaan yang diajukan oleh nasabah karena nasabah akan masuk dalam daftar tunggu berkas pengajuan pembiayaan *murabahah*. Oleh karena itu nasabah akan menunggu lama untuk mengetahui apakah pengajuan pembiayaannya diterima atau dapat diproses untuk ke tahap selanjutnya oleh bank atau tidak. Lokasi berdirinya BPR Syari'ah Adeco ini hanya ada dua yaitu berada di kota Langsa sebagai kantor pusatnya dan kantor kas di Aceh Tamiang yang baru di resmikan pada tahun 2018 ini. Sedangkan untuk daerah Aceh Timur di mana nasabah pembiayaan *murabahah* juga banyak yang berasal dari daerah tersebut disana tidak terdapat kantor kas seperti yang ada di Aceh Tamiang sehingga jika mereka ingin melakukan pembayaran ke kantor pusat maka mereka harus menempuh jarak yang jauh dan hal ini juga banyak dikeluhkan oleh para nasabah mengingat lokasi kantor BPR Syari'ah Adeco yang hanya ada di kota Langsa dan Aceh Tamiang. Lokasi BPRS Adeco yang juga masih menempati ruko tiga pintu nyatanya juga menjadikan kantor pusat ini tidak strategis, meskipun terletak di pinggir jalan raya dan keramaian, namun ketika akan melakukan ekspansi atau memperluas kantor maka hal itu tidak bisa dilakukan karena terhimpit oleh bangunan yang lainnya.

KAJIAN LITERATUR

A. Konsep Pembiayaan dalam Perbankan

Pada dasarnya fungsi utama bank syariah tidak jauh berbeda dengan bank konvensional yaitu menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali kepada masyarakat. Menurut Muhammad Syafi'i Antonio pembiayaan adalah pemberian fasilitas penyediaan dana untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang merupakan defisit unit. (Antonio, 2001:160)

Sedangkan menurut UU nomor 7 tahun 1992 yang dimaksud pembiayaan adalah penyediaan uang atau tagihan atau dapat dipersamakan dengan itu berdasarkan tujuan atau kesepakatan pinjam meminjam antara bank dengan pihak yang lain yang mewajibkan pihak peminjam untuk melunasi hutangnya setelah jangka waktu tertentu ditambah dengan jumlah imbalan dan bagi hasil. (Muhammad, 2002:260)

Dalam pelaksanaan pembiayaan, bank syari'ah harus memenuhi dua aspek yang

sangat penting, yaitu: Aspek syar'i, di mana dalam setiap realisasi pembiayaan:

1. Kepada para nasabah, bank syari'ah harus tetap berpedoman pada syari'ah Islam, antara lain tidak mengandung unsur *maysir*, *garar*, *riba*, serta bidang usahanya harus halal.
2. 2. Aspek ekonomi, yakni dengan tetap mempertimbangkan perolehan keuntungan, baik bagi bank syari'ah maupun bagi nasabah bank syari'ah. (Veitzhal, 2008:42)

B. Produk-Produk Pembiayaan

1. *Al-Mudharabah*
2. *Al-Musyarakah*
3. *Al-Ijarah*
4. *Rhan*
5. *Al- Qardh*
6. *Bai'as-Salam*
7. *Bai'al-Istisna'*
8. *Al – Murabahah* (Mardani, 2017:55)

C. Murabahah

Murabahah adalah istilah dalam fikih islam yang berarti bentuk jual beli tertentu ketika penjual menyatakan biaya perolehan barang, meliputi harga barang dan biaya-biaya lain yang dikeluarkan untuk memperoleh barang tersebut dan tingkat keuntungan (*margin*) yang diinginkan. (Suseno, 2004:161) sedangkan pembiayaan *murabahah* adalah suatu akad pembiayaan dengan prinsip jual beli dimana penjual menyatakan harga beli dan keuntungan yang diinginkan kepada pembeli. Dalam hal ini, bank bertindak sebagai penjual dan nasabah bertindak sebagai pembeli. (Laili, 2016:28)

Pembiayaan *Murabahah* merupakan produk yang paling populer digunakan oleh perbankan syari'ah. Transaksi ini lazim digunakan oleh Rasulullah SAW dan para sahabatnya. *Ba'i Al Murabahah* adalah akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (*margin*) yang disepakati oleh penjual dan pembeli. Metode pelunasannya dapat dilakukan dengan tunai (*naqdan*) atau cicilan (*muajjal*). (Karim, 2009:113) Sebelum terjadinya akad pihak bank (penjual) harus memberitahukan tentang harga perolehan dan *margin* yang akan diperoleh dengan sebenar-benarnya kepada nasabah (pembeli). Dengan demikian, terbentuklah suatu akad yakni akad *murabahah* yang telah disepakati oleh kedua belah pihak yang sesuai dengan ketentuan-ketentuan tertentu.

D. Pelayanan

Pelayanan merupakan suatu urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung dengan orang-orang atau mesin secara fisik dan menyediakan kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah sering dihubungkan dengan faktor kualitas layanan dan fitur layanan seperti kemudahan (*convinience*), daya saing, dan lokasi atau tempat yang disediakan penyedia jasa layanan. Layanan yang diperlukan manusia pada dasarnya ada dua jenis yaitu. *Pertama*, pelayanan fisik yang sifatnya pribadi sebagai manusia. *Kedua*, pelayanan administratif yang diberikan oleh orang lain selaku anggota organisasi. Pelaksanaan pelayanan dapat diukur, oleh karena itu dapat ditetapkan standar, baik dalam hal waktu yang diperlukan maupun hasilnya. Dengan adanya standar tersebut, akan didapat hasil yang memuaskan pada pihak-pihak yang mendapatkan pelayanan. (Moenir, 1995:19)

Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun pelayanan atau jasa hendaknya memberikan yang berkualitas, seperti dijelaskan dalam QS. Al-Baqarah : 267, yang artinya:

“Wahai orang-orang yang beriman, dermakanlah sebagian dari hasil pekerjaanmu yang halal dan bagus dan sebagian dari apa yang kami keluarkan untuk kamu, dan janganlah kamu sengaja menafkahkan yang buruk darinya, sementara kamu tidak mau menerimanya pada saat diberi kecuali dengan meremehkan dan memejamkan mata, dan ketahuilah sesungguhnya Allah maha kaya dan maha terpuji”. (QS. Al-Baqarah : 267)

E. Fasilitas

Fasilitas adalah dimana kebutuhan dan harapan pelanggan, baik yang bersifat fisik maupun psikologis untuk memberikan kenyamanan. Salah satu pendukung fasilitas dengan bentuk fasilitas fisik organisasi yang digunakan sebagai alat komunikasi pelayanan terhadap nasabah. (Chandra, 2006:133)

Fasilitas jasa yang tertata secara rapi, menarik dan estetis akan dapat meningkatkan sikap positif pelanggan terhadap suatu jasa. Masyarakat terutama pemerhati masalah sosial, lingkungan hidup, dan lingkungan disekitar fasilitas jasa memainkan peran penting dan berpengaruh terhadap perusahaan. (Budiyanto, 2015:5)

F. Lokasi

Lokasi merupakan penyeimbangan antara biaya dengan pendapatan yang diadapkan pada suatu situasi ketidakpastian yang berbeda-beda. Lokasi adalah aktivitas ekonomi atau perusahaan cenderung untuk berlokasi pada pusat kegiatan sebagai usaha untuk mengurangi ketidakpastian dalam keputusan yang diambil guna meminimumkan risiko. (Afif, 2016:35)

Memilih lokasi usaha yang baik bukan hanya bertujuan untuk kenyamanan diri dan anggota (karyawan) semata, melainkan untuk kenyamanan semua pihak dan kalangan. Sehingga penting bagi setiap pengusaha untuk memilih lokasi usaha yang baik dan ideal. Lingkungan yang baik dan jauh dari kemaksiatan memiliki pengaruh yang baik pula pada sebuah lokasi usaha. (Huriyati, 2005:55)

G. Loyalitas

Loyalitas adalah sikap dari nasabah dalam menentukan pilihannya untuk tetap menggunakan produk atau jasa dari suatu perusahaan. Sikap menentukan pilihan tersebut juga untuk membuat komitmen dan melakukan pembelian ulang pada perusahaan tersebut. (Nugroho, 2005:11)

Loyalitas memiliki arti lain yaitu perilaku yang terkait dengan sebuah produk, termasuk kemungkinan memperbaharui kontrak merek di masa yang akan datang, berapa kemungkinan pelanggan mengubah dukungannya terhadap merek, berapa keinginan pelanggan untuk meningkatkan citra positif suatu produk. Jika produk tidak mampu memuaskan pelanggan maka pelanggan akan bereaksi dengan menyatakan berhenti membeli merek atau produk dan pelanggan akan menyatakan ketidakpuasan langsung pada perusahaan. Begitu pula dengan nasabah bank, apabila keinginannya kurang terpenuhi atau terpuaskan maka nasabah tersebut akan beralih pada bank yang lain. (Sutisna, 2012:41)

Loyalitas menurut Griffin adalah suatu perilaku yang ditunjukkan dengan pembelian rutin, didasarkan pada unit (Griffin, 2003:113). Sedangkan menurut Hermawan loyalitas adalah manifestasi dari kebutuhan fundamental manusia untuk memiliki, mendapatkan rasa aman dan membangun keterikatan serta *emotional attachmen*. (Kartajaya, 2006:54)

KAJIAN TERDAHULU

Novita Dian Utami dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan merupakan variabel intervening ada hubungan antara kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan tempat terhadap loyalitas pada rumah makan soto Lamongan “Cak Har” di Surabaya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan rumah makan soto Lamongan “Cak Har” yang jumlahnya tidak teridentifikasi. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode sampling aksidental. Data diperoleh dengan penyebaran kuisioner dengan jumlah sampel sebanyak 110 orang. Metode pengumpulan data menggunakan metode kuisioner dan metode analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda. (Utami, 2015)

Garda Parwitasari, Ridwan Baraba, S.E., M.M, Murry Hermawan Saputa, S.E.,

M.Sc. dalam penelitian mereka yang berjudul Pengaruh Pelayanan Prima, Kepercayaan, dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Pelanggan (studi pada nasabah tabungan PT. Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk kantor cabang Purworejo). Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah pelayanan prima, kepercayaan, dan kepuasan secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah tabungan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Purworejo. Populasi dalam penelitian ini adalah semua nasabah tabungan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Purworejo. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan teknik *purposive sampling*, dengan sampel sebanyak 150 orang. Instrumen pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala *Likert* yang telah diujicobakan dan memenuhi syarat validitas dan reliabilitas. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dan pengujian hipotesis dengan *SPSS versi 16*. Hasil analisis regresi linier berganda dan pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel pelayanan prima, kepercayaan dan kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas baik secara parsial maupun simultan. (Saputa, S.E., M.Sc, 2015)

Fandi Sam Montolalu, Lisbeth Mananeke, Sem George Oroh dalam penelitian yang berjudul Pengaruh Kualitas Layanan, promosi, dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Pegadaian cabang Manado Timur. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa pengaruh Kualitas Layanan, Promosi, dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah Gadaai KCA pada PT. Pegadaian (persero) Cabang Manado Timur. Kuisisioner dirancang dengan menggunakan *Likert Scale*. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Kredit Cepat Aman (KCA) yang berjumlah 1.330 orang dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Analisa data menggunakan Regresi Linear Berganda. Hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa kualitas layanan, promosi dan kepuasan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah. Secara parsial promosi paling dominan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah sebesar 51,80 persen sedangkan kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas sebesar 37,10 persen. Kepuasan berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah. (Oroh, 2015)

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini merupakan penelitian survei. Penelitian survei merupakan penelitian yang mengumpulkan informasi dari suatu sampel dengan menanyakan melalui angket atau *interview* agar nantinya menggambarkan sebagai aspek dari populasi yang bertujuan untuk mencari informasi faktual secara detail, mengidentifikasi masalah dan untuk mendapatkan bukti keadaan dan kegiatan yang sedang berjalan. (Zuriah, 2007:47)

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Deskriptif kuantitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan data-data yang bersifat angka-angka yang dapat dikuantifi-

kasi. Teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. (Sugiyono, 2012:7)

Populasi adalah keseluruhan wilayah yang terdiri atas objek dan subjek yang ditetapkan untuk dianalisis dan ditarik kesimpulan. (Bawono, 2006:28) Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah pembiayaan BPR Syariah ADECO Langsa yang masih aktif dan telah lebih dari satu kali dalam mengambil pembiayaan *murabahah* yang berjumlah sekitar 362 nasabah.

Sampel dalam penelitian ini dihitung berdasarkan ketentuan besaran sampel atas besaran populasi dengan menggunakan rumus Slovin. Sehingga sampel dibulatkan menjadi 80 nasabah. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *simple random sampling* yaitu sampel yang dipilih tanpa memperhatikan tentang tingkatan.

Teknik pengumpulan data merupakan cara mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Sedangkan instrument pengumpulan data merupakan alat yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian. Dalam penelitian ini instrumen yang digunakan yaitu kuesioner atau angket dan wawancara.

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, dimana variabel independen yaitu Pelayanan (X_1), fasilitas (X_2), dan lokasi (X_3) sedangkan variabel dependen merupakan loyalitas nasabah (Y).

PEMBAHASAN

Uji Validitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui bahwa setiap butir pertanyaan dan pernyataan yang diajukan kepada responden telah dinyatakan valid atau tidak. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan teknik korelasi, yaitu dengan membandingkan hasil koefisien korelasi dengan r tabel. Jika koefisien korelasi r hitung lebih besar dari r tabel maka butir-butir penelitian ini dikatakan valid. Uji validitas ini dilakukan pada 80 orang responden. Berikut adalah hasil pengujian validitas data :

Tabel 1
Hasil Uji Validitas

No. Butir	r hitung	Nilai Kritis (r tabel)	Keterangan
Pelayanan (X_1)			
P.1	0,363	0,2199	Valid
P.2	0,651	0,2199	Valid
P.3	0,737	0,2199	Valid

P.4	0,504	0,2199	Valid
P.5	0,586	0,2199	Valid
Fasilitas (X₂)			
F.1	0,735	0,2199	Valid
F.2	0,655	0,2199	Valid
F.3	0,326	0,2199	Valid
F.4	0,754	0,2199	Valid
F.5	0,647	0,2199	Valid
Lokasi (X₃)			
L 1	0,458	0,2199	Valid
L 2	0,523	0,2199	Valid
L 3	0,551	0,2199	Valid
L 4	0,484	0,2199	Valid
L 5	0,622	0,2199	Valid
Loyalitas (y)			
LO.1	0,628	0,2199	Valid
LO.2	0,403	0,2199	Valid
LO.3	0,667	0,2199	Valid
LO.4	0,668	0,2199	Valid
LO.5	0,425	0,2199	Valid

Uji reliabilitas dilakukan sebagai alat untuk mengukur suatu instrumen dari pernyataan terhadap jawaban responden. Jika pengukuran hasil jawaban responden konsisten dan terpercaya maka dapat dikatakan reliabel. Dengan nilai koefisien reliabilitas (Cronbach's Alpha) > 0.6 (Standar Alpha).

Tabel 2
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Alpha Standar	Keterangan
Faktor Pelayanan (X ₁)	0,720	0,6	Reliabel
Faktor Fasilitas (X ₂)	0,746	0,6	Reliabel
Faktor Lokasi (X ₃)	0,669	0,6	Reliabel
Loyalitas (Y)	0,713	0,6	Reliabel

Pada tabel 2 menunjukkan bahwa nilai koefisien reliabilitas (Cronbach Alpha) pada variabel pelayanan (X₁) 0,720 > 0,6 nilai (Standar Alpha), fasilitas (X₂) 0,746 > 0,6 nilai (Standar Alpha), lokasi (X₃) 0,669 > 0,6 nilai (Standar Alpha), dan loyalitas (Y) 0,713 > 0,6 nilai (Standar Alpha). Maka kesimpulannya adalah semua instrumen variabel yang

diuji tersebut reliabel atau terpercaya.

Berdasarkan proses pengolahan data menggunakan program SPSS versi 20, diperoleh hasil analisis regresi linier berganda seperti tampak pada tabel 3 berikut :

Tabel 3
Analisis Regresi Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Beta			
	Std. Error				
1					
(Constant)	2,113	1,811	1,167		,247
PELAYANAN	,295	,085	,314	3,477	,001
FASILITAS	,385	,096	,388	4,022	,000
LOKASI	,207	,103	,206	2,005	,049

1. Nilai konstanta (Y) sebesar 2,113 artinya jika variabel parameter pelayanan, variabel parameter fasilitas dan variabel parameter lokasi nilainya adalah tetap (konstan), maka variabel loyalitas nasabah pembiayaan *murabahah* (Y) akan berada pada angka 2,133 satuan.
2. Koefisien regresi pelayanan sebesar 0,314, artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan pelayanan mengalami kenaikan 1% maka loyalitas nasabah (Y) juga akan meningkat sebesar 0,314 satuan.
3. Koefisien regresi fasilitas 0,388, artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan fasilitas mengalami kenaikan 1% maka loyalitas nasabah (Y) juga akan meningkat sebesar 0,388 satuan.
4. Koefisien regresi lokasi 0,206 artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan lokasi mengalami kenaikan 1% maka loyalitas nasabah (Y) akan meningkat sebesar 0,206 satuan.

Koefisien determinasi merupakan suatu alat untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Besarnya koefisien determinasi berkisar antara angka 0 sampai dengan 1, besar koefisien determinasi mendekati angka 1, maka semakin besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, seperti pada tabel 4 berikut ini:

Tabel 4
Hasil Uji Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,736 ^a	,542	,524	1,479

Hasil Adjusted uji R^2 pada penelitian ini diperoleh nilai sebesar 0,524. Hal ini menunjukkan bahwa loyalitas nasabah pembiayaan *murabahah* dipengaruhi oleh variabel

pelayanan, fasilitas dan lokasi sebesar 52,4%, sedangkan sisanya sebesar (100% - 52,4% = 47,6%) dijelaskan oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

HASIL UJI HIPOTESIS

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Adapun hasil analisis secara parsial yaitu:

1. Faktor pelayanan adalah salah satu faktor yang dapat mempengaruhi nasabah dalam memilih pembiayaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah pembiayaan *murabahah*. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji statistik diperoleh nilai sig sebesar 0,001. Berdasarkan ketentuannya jika nilai $\text{sig} < 0,05$ ($0,001 < 0,05$) maka terdapat kontribusi yang signifikan pelayanan terhadap loyalitas nasabah pembiayaan *murabahah*.
2. Fasilitas adalah dimana kebutuhan dan harapan pelanggan, baik yang bersifat fisik maupun psikologis untuk memberikan kenyamanan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah pembiayaan *murabahah*. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji statistik diperoleh nilai sig sebesar 0,000. Berdasarkan ketentuannya jika nilai $\text{sig} < 0,05$ ($0,000 < 0,05$) maka terdapat kontribusi yang signifikan fasilitas terhadap loyalitas nasabah pembiayaan *murabahah*, dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel fasilitas berpengaruh signifikan.
3. Faktor lokasi/ tempat adalah salah satu faktor yang dapat mempengaruhi nasabah dalam memilih pembiayaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah pembiayaan *murabahah*. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji statistik diperoleh nilai sig sebesar 0,049. Berdasarkan ketentuannya jika nilai $\text{sig} < 0,05$ ($0,049 < 0,05$) maka terdapat kontribusi yang signifikan pelayanan terhadap loyalitas nasabah pembiayaan *murabahah*.

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model regresi mempengaruhi pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen untuk mengambil keputusan hipotesis diterima atau ditolak dengan membandingkan tingkat signifikan sebesar 0,05. Adapun hasil uji simultan dari penelitian ini adalah besarnya nilai Sig. $0,000 < 0,5$. Berdasarkan hasil analisis diatas maka data dalam penelitian ini signifikan dan variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.

KESIMPULAN

Faktor pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah pembiayaan *murabahah*. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji statistik nilai signifikansi 0,001 lebih kecil 0,05. Maka semakin baik pelayanan yang diberikan oleh bank akan meningkatkan loyalitas nasabah

Faktor fasilitas berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah pembiayaan *murabahah*. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji statistik diperoleh nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05. Maka semakin baik fasilitas yang diberikan maka akan semakin meningkatkan loyalitas nasabah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah pembiayaan *murabahah*.. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikansi $<0,05$ ($0,049 < 0,05$). Maka semakin baik lokasi yang dimiliki oleh bank akan meningkatkan loyalitas nasabah.

Pelayanan, fasilitas dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah pembiayaan *murabahah*. Hal ini dibuktikan dengan nilai sig $0,000 > 0,05$. Maka semakin baik pelayanan, fasilitas dan lokasi yang diberikan maka akan semakin meningkatkan loyalitas nasabah.

PUSTAKA ACUAN

- Afiff, Faisal. *Strategi Pemasaran*, Bandung: Angkasa.2016
- Antonio, M. Syafi'I. *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*, Jakarta: Gema Insani. 2001.
- Bawono, Anton. *Multivariate Analysis dengan SPSS*. Salatiga: STAIN Salatiga Press. 2006.
- Dian, Novita Utami. *Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Loyalitas dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. Volume 4. Nomor 5. Mei 2015.
- Fandi Sam Montolalu, Lisbeth Mananeke, Sem George Oroh. *Pengaruh Kualitas Layanan, promosi, dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Pegadaian cabang Manado Timur*. Jurnal LPMM Bidang EkoSosBudKum. Volume 2. Nomor 1. 2015.
- Febryantotyas, Lantara. Artikel. *Pelayanan Teller Dengan Teori Antrian Pada Bank Negara Indonesia*” 20 November 2017.
- Huriyati, Ratih. *Bauran Pemasaran Dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta. 2005.
- Garda Parwitasari, Ridwan Baraba, S.E., M.M, Murry Hermawan Saputa, S.E., M.Sc. *Pengaruh Pelayanan Prima, Kepercayaan, dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Pelanggan (studi pada nasabah tabungan PT. Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk kantor cabang Purworejo)*. 2015.
- Griffin, Jill. *Nasabah Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Alih Bahasa Dwi Kartini Yahya. Jakarta: Erlangga. 2003.
- Husin, Umar. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Jakarta: Gramedia.2003.
- Karim, Adiwarman A. *Bank Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2009.
- Kartajaya, Hermawan. *Marketing Klasik Indonesia*. Bandung: PT. Mizan Pustaka. 2006.
- Laili, Rahmatul. “*Analisis Faktor-Faktor Keputusan Nasabah dalam memilih Produk Pembiayaan Murabahah di BPRS Central Syariah Utama Surakarta*”. (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Surakarta). 2016.
- Lupiyoadi dan Hamdani. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat. 2006.
- Machmud, Amir dan Rukmana (ed.), *Bank Syariah Teori Kebijakan dan Studi Empiris di Indonesia*, Jakarta: Erlangga. 2008.
- Moenir. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.1995.
- Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN. 2002.

- Mardani. *Aspek Hukum Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia*. Jakarta: Kencana. 2017.
- Nugroho, Wahyu. *Loyalitas Konsumen*. Artikel diakses dari <http://www.nugros.com/loyalty-konsumen.html>. 2005.
- Sudarsono, Heri dan Priyonggo Suseno. *Istilah-istilah bank dan lembaga keuangan syariah*. Yogyakarta: UII Press. 2004.
- Sugiyono. *Memahami Penelitian Kualitatif*, Cet-8. Bandung: Alfabeta. 2012.
- Suharso, Yudi. *Mengenal Jenis-Jenis Bank Syariah*, <http://keuangan.syariah.mysharing.co>, diakses Pada Tanggal 19 November 2017.
- Surya, Chatrin Wijyaningratri dan Budiyanto, “Pengaruh Fasilitas, Lokasi, dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mega Syariah Walikulon”, *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* Volume 4, Nomor 4, April 2015.
- Sutisna. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Edisi Kedua. Bandung: Remaja Rosdakarya. 2012.
- Tjiptono, F. & Chandra. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: AndiOffset. 2006
- Veitzhal, Andria Permata. dan Veitzhal Rivai. *Islamic Financial Management*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada. 2008.
- Zuriah, Nurul. *Metodologi Penelitian Sosial dan Pendidikan*. Jakarta: PT. Bumi Aksara. 2007.