

Pengaruh Fitur, Kualitas Produk dan Bagi Hasil terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Mudharabah di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Rancaekek

Effect of features, product quality, and profit-sharing on customer loyalty of mudaraba savings at Bank Syariah Mandiri Rancaekek sub-branch office

Nur'aeni

Program Studi Perbankan Syariah, Universitas Ma'soem

E-mail: nuraeni.mesy@gmail.com

Susi Susanti

Program Studi Perbankan Syariah, Universitas Ma'soem

E-mail: susi.susanti@gmail.com

Mimin Mintarsih

Program Studi Perbankan Syariah, Universitas Ma'soem

E-mail: mimin.mintarsih@gmail.com

Abstract: *Currently, Islamic banks are required to continue to make improvements in order to increase customer satisfaction and ultimately make them loyal to the products offered. Especially the Mudaraba savings which are the prima donna products of Islamic banking. This study seeks to find the effect of features, product quality, and profit-sharing on the loyalty of Mudaraba savings customers. This research was conducted on customers at Bank Syariah Mandiri Branch Office Rancaekek with the number of respondents as many as 82 people. Data analysis using multiple linear regressions. The results of the study reveal that features, product quality, and profit-sharing have a significant effect on customer loyalty in Mudaraba savings.*

Keywords: *features, product quality, profit-sharing, loyalty, Islamic banking*

1. Pendahuluan

Dewasa ini perkembangan kegiatan perbankan yang berbasis syariah cukup pesat. Perkembangan yang terjadi menimbulkan iklim kompetisi pun semakin tinggi, baik diantara sesama bank syariah maupun dengan bank konvensional. Setiap bank berlomba untuk dapat mempertahankan pelanggan dan meraih konsumen baru (Nur'aeni & Anisa Wulan Sari, 2018). Salah satu yang penting dan harus dimiliki bank syariah adalah keunggulan dalam produk. Dimana, bank harus menawarkan produk yang memiliki atribut menarik dan berkualitas. Atribut suatu produk penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah agar nasabah tetap loyal terhadap produk tersebut.

Bank Syariah Mandiri hadir dengan harmonisasi idealisme usaha dengan nilai-nilai spiritual yang melandasi kegiatan operasionalnya. Harmonisasi idealisme usaha dan nilai-nilai spiritual inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah Mandiri dalam kiprahnya di perbankan Indonesia (Mandiri Syariah, 2021). Bank Syariah Mandiri menawarkan beragam produk perbankan yang dilengkapi dengan fitur dan produk berkualitas serta bagi hasil yang dapat berguna untuk sarana investasi yang sesuai dengan prinsip syariah. Salah satunya yaitu produk tabungan *mudharabah* yang

merupakan tabungan dalam mata uang rupiah yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam kas dibuka di konter BSM atau melalui ATM (Mandiri Syariah, 2021).

Dalam menciptakan loyalitas nasabah, bank dituntut tidak hanya mampu menjual produk dan jasa saja, melainkan menghadirkan alternatif produk dan atribut pelengkap sehingga mampu menjangkau sebanyak mungkin nasabah dan menjadikannya pelanggan setia. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah diantaranya fitur, kualitas produk dan bagi hasil (Oktavia, 2012).

Fitur merupakan fasilitas tambahan untuk melengkapi suatu produk inti. Dimana, fitur yang diberikan oleh bank berupa *M-banking*, *Net banking*, *SMS banking* dan fitur lainnya yang bertujuan untuk mempermudah nasabah dalam mendapatkan informasi dan melakukan transaksi.

Kualitas produk memberikan suatu dorongan kepada nasabah untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan bank, banyak produk yang dihasilkan dengan berbagai macam jenis, mutu serta bentuk yang bertujuan untuk menarik minat nasabah. Oleh karena itu, kualitas produk yang diberikan bank akan menentukan penilaian nasabah terhadap kinerja bank, yang akan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Bagi hasil menjadi karakteristik tersendiri yang memiliki keunggulan dibandingkan bunga yang diberikan oleh bank konvensional. Bagi hasil menjadi daya tarik tersendiri bagi nasabah untuk menyimpan dananya di bank syariah agar nasabah tetap mendapatkan keuntungan tanpa adanya riba. Tingkat bagi hasil yang ditetapkan oleh bank akan berdampak terhadap loyalitas nasabah, dimana nasabah akan lebih memilih bank yang menawarkan tingkat bagi hasil yang lebih besar dibandingkan dengan bank yang memberikan bagi hasil yang lebih kecil.

Berikut adalah data jumlah nasabah produk tabungan *mudharabah* di Bank Syariah Mandiri KCP Rancaekek periode 2016-2020:

Tabel 1. Data Jumlah Nasabah Tabungan *Mudharabah* di Bank Syariah Mandiri KCP Rancaekek Tahun 2016-2020

Tahun	Jumlah Nasabah	Persentase (%)
2016	329	-
2017	239	-27
2018	382	60
2019	591	55
2020	467	-21

Sumber : Bank Syariah Mandiri KCP Rancaekek 2021

Berdasarkan tabel 1, dapat diketahui bahwa perkembangan jumlah nasabah tabungan mudharabah di Bank Syariah Mandiri KCP Rancaekek tahun 2016-2020 mengalami fluktuatif. Pada tahun 2017 mengalami penurunan sebesar -27%, pada tahun 2018 mengalami kenaikan sebesar 60%, pada tahun 2019 kembali mengalami kenaikan sebesar 55% dan pada tahun 2020 mengalami penurunan sebesar -21%.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara bahwa fluktuatif jumlah nasabah tabungan *mudharabah* dikarenakan oleh fitur yang tidak semua nasabah bisa dan mengerti dalam cara penggunaannya, serta tidak semua nasabah nyaman dan puas melakukan transaksi menggunakan layanan fitur yang disediakan. Kualitas produk yang ditawarkan sudah cukup baik, hanya saja kebanyakan nasabah lebih memilih produk tabungan lain yang tidak memiliki biaya admin bulanan seperti tabungan *wadi'ah*. Serta bagi hasil yang diberikan Bank Syariah Mandiri kepada nasabah cukup kecil dibandingkan dengan bank lain seperti Bank BTN Syariah dan Bank Panin Dubai

Syariah Dimana, bagi hasil yang diberikan Bank Syariah Mandiri yaitu sebesar 8% bagi nasabah yang memiliki saldo kurang dari Rp.100.000.000 dan 13% bagi nasabah yang memiliki saldo lebih dari Rp.100.000.000.

2. Kajian Pustaka

2.1. Loyalitas di Bank Syariah

Loyalitas nasabah merupakan komitmen pelanggan untuk melakukan pembelian secara berulang suatu produk atau jasa secara konsisten yang ditawarkan oleh perusahaan (Hurriyati, 2010). Loyalitas Nasabah adalah keinginan konsumen untuk kembali membeli suatu produk atau menggunakan jasa suatu perusahaan dan tidak akan membeli atau menggunakan produk atau jasa dari perusahaan lain (Yusnaini, 2010). Berdasarkan dua definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa loyalitas merupakan komitmen pelanggan dalam membeli kembali suatu produk atau jasa secara berulang dan tidak terpengaruh dengan produk perusahaan lain.

2.2. Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang menjadi dasar pada penelitian ini. Berikut disajikan tabel penelitian terdahulu beserta persamaan dan perbedaannya dengan penelitian ini.

Tabel 2. Perbandingan Penelitian ini dengan Penelitian Sebelumnya

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Rena Dwi Oktavia (2015) Skripsi, Universitas Narotama	Pengaruh Atribut Produk Tabungan Tahapan BCA Terhadap Loyalitas Nasabah	Atribut produk Tahapan BCA (fitur, kualitas, dan harga) secara simultan maupun secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, yang berpengaruh dominan terhadap loyalitas nasabah adalah fitur dibandingkan dimensi kualitas dan harga.	1. Menggunakan fitur, kualitas produk dan loyalitas nasabah sebagai variabel 2. Metode penelitian yang sama	1. Tempat penelitian 2. Uji hipotesis
2.	Rachmad Hidayat (2009) Jurnal. Universitas Trunojoyo Madura	Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Mandiri	Kualitas layanan, kualitas produk dan nilai nasabah secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah yang berpengaruh dominan yaitu kualitas produk dan nilai nasabah	1. Menggunakan kualitas produk dan loyalitas nasabah sebagai variabel	1. Tempat Penelitian 2. Terdapat 3 variabel berbeda
3.	Ari Cahyo Wicaksono (2018) Skripsi.	Pengaruh Kualitas Produk, Fitur Produk dan Harga	Kualitas produk, fitur produk dan harga	1. Menggunakan fitur dan	1. Metode penelitian menggunakan

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
	Universitas Diponegoro	Terhadap Niat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen <i>Smartphone</i> Xiaomi dan Kota Semarang)	berpengaruh secara simultan terhadap niat beli ulang dengan koefisien yang dominan yaitu harga dan fitur produk.	kualitas produk sebagai variabel	an tipe <i>explanatory</i> 2. Menggunakan analisis data yang berbeda 2. Objek penelitian berbeda

Berdasarkan tabel diatas maka dapat dilihat bahwa penelitian yang dilakukan bukan plagiat atau menjiplak penelitian sebelumnya.

3. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang bersifat asosiatif. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan jenis data primer. Data primer merupakan data yang dikumpulkan dari jawaban responden melalui pemberian angket atau kuesioner (Siregar, 2013). Teknik pengumpulan data merupakan cara untuk untuk mendapatkan data atau informasi dari responden sesuai lingkup penelitian. Sedangkan responden pada penelitian ini sebanyak 82 orang.

Adapun untuk menganalisis data digunakan regresi linear berganda dengan terlebih dahulu dilakukan pengujian validitas dan reliabilitas terhadap skor kuesioner yang telah diperoleh dari responden. Selain itu, dilakukan pula pengujian normalitas data untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Apabila data yang dihasilkan normal, maka digunakan uji statistic parametrik, dan apabila tidak berdistribusi normal maka menggunakan uji statistic nonparametric (Sugiyono, 2015)

4. Hasil dan Pembahasan

4.1. Karakteristik Respoden

Karakteristik responden yang diamati dalam penelitian ini yaitu jenis kelamin, usi, penghasilan perbulan, Pendidikan terakhir, dan lama menjadi nasabah. Deskripsi karakteristik responden disajikan pada tabel 1.

Tabel. 1 Descriptive Statistics

Keterangan	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase %
Jenis kelamin	Laki-laki	34	41
	Perempuan	48	59
Usia	≤ 20 Tahun	16	19
	21 - 25 Tahun	40	49
	36 - 50 Tahun	23	28
	≥ 50 Tahun	3	4
Pendidikan terakhir	SD	0	0
	SMP	0	0
	SMA	43	52
	D3	13	16
	S1	22	27
	Lainnya	4	5

Keterangan	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase %
Pekerjaan	PNS/TNI/POLRI	17	21
	Karyawan Swasta	17	21
	Wiraswasta	25	30
	Pelajar/Mahasiswa	13	16
	Mengurus Rumah Tangga	8	10
	Lainnya	2	2
Penghasilan per bulan	< 2 juta	19	23
	2 juta – 3 juta	21	26
	3 juta –5 juta	27	33
	>5 juta	15	18
Lama menjadi nasabah	≤ 1 Tahun	19	23
	1 -2 Tahun	32	39
	3 – 4 Tahun	21	26
	≥ 5 Tahun	10	12

Berdasarkan Tabel 3 diatas menunjukkan bahwa dari 82 responden yang berjenis kelamin perempuan yaitu sebesar 59% sedangkan yang berjenis kelamin laki-laki sebesar 41%. Berdasarkan usianya, paling banyak berusia 21-25 tahun yaitu sebesar 49%. Berdasarkan pendidikan terakhir, responden Tabungan Mudharabah terbanyak di Bank Syariah mandiri KCP Rancaekek yaitu berpendidikan SMA sebesar 52%. Berdasarkan pekerjaannya, responden yang pekerjaannya wiraswasta yaitu 30% menjadi yang terbanyak. Berdasarkan penghasilannya, responden paling banyak yaitu yang berpenghasilan Rp 3.000.000 – Rp 4.000.000 perbulan yaitu sebesar 33%. Terakhir berdasarkan lamanya menjadi nasabah tabungan mudharabah, orang paling banyak telah menjadi nasabah selama 1-2 tahun yaitu sebesar 39%.

4.2. Pembahasan

4.2.1. Pengaruh Fitur terhadap Loyalitas Nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Rancaekek

Pengaruh fitur terhadap loyalitas nasabah dapat dilihat dari uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas data, analisis koefisien determinasi, dan uji t.

4.2.1.1. Uji Validitas

Kriteria pengujian validitas penelitian dilakukan jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pernyataan tersebut valid. Dalam hal ini r_{tabel} dengan $N = 82$, dikurangi 2 menjadi 80 sampel adalah 0,182. Berikut adalah hasil perhitungan uji validitas untuk fitur dapat dilihat pada tabel 2 sebagai berikut:

Tabel 2. Uji Validitas (X_1)

No.	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1.	0,571	0,182	Valid
2.	0,689	0,182	Valid
3.	0,549	0,182	Valid
4.	0,662	0,182	Valid
5.	0,491	0,182	Valid
6.	0,448	0,182	Valid
7.	0,686	0,182	Valid

Sumber : Hasil Penelitian 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa dari 7 butir pernyataan yang telah dibuat, semua pernyataan dinyatakan valid dikarenakan $r_{hitung} > r_{tabel}$.

Adapun hasil dari pengujian uji validitas untuk loyalitas nasabah dapat dilihat pada tabel 3

sebagai berikut:

Tabel 3. Uji Validitas (Y)

No.	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1.	0,312	0,182	Valid
2.	0,574	0,182	Valid
3.	0,732	0,182	Valid
4.	0,548	0,182	Valid
5.	0,331	0,182	Valid
6.	0,587	0,182	Valid
7.	0,486	0,182	Valid
8.	0,446	0,182	Valid
9.	0,609	0,182	Valid

Sumber : Hasil Penelitian 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan dari 9 butir pernyataan yang telah dibuat, semua pernyataan dinyatakan valid dikarenakan $r_{hitung} > r_{tabel}$.

4.2.1.2. Uji Reliabilitas

Dengan menggunakan *IBM SPSS Statistic 23* diketahui bahwa nilai reliabilitas variabel fitur yang akan dianalisis dalam penelitian ini dapat diringkas pada tabel 4 berikut ini:

Tabel 4. Uji Reliabilitas (X₁)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.679	7

Sumber: Hasil Penelitian 2021

Berdasarkan tabel diatas menunjukan nilai *Cornbach's Alpha* sebesar $0,679 > 0,60$ yang berarti reliabel dan termasuk moderat (Siregar, 2013).

Adapun hasil dari pengujian uji reliabilitas untuk variabel Y yaitu loyalitas nasabah dapat dilihat pada tabel 5 sebagai berikut:

Tabel 5. Uji Reliabilitas (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.648	9

Sumber: Hasil Penelitian 2021

Berdasarkan tabel diatas menunjukan nilai *Cornbach's Alpha* sebesar $0,648 > 0,60$ yang berarti reliabel dan termasuk moderat (Siregar, 2013).

4.2.1.3. Uji Normalitas Data

Dalam pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah populasi berdistribusi normal atau tidak untuk varibel X₁ yaitu fitur dan variabel Y yaitu loyalitas nasabah dapat dilihat pada tabel 6 sebagai berikut :

Tabel 6. Uji Normalitas Data (X_1)
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		82
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.60822172
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.087
	Positive	.087
	Negative	-.049
Test Statistic		.087
Asymp. Sig. (2-tailed)		.192 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Hasil Penelitian 2021

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa nilai *Asymp Sig* sebesar 0,192 lebih besar dari 0,1 maka data tersebut berdistribusi normal.

Adapun hasil dari pengujian uji normalitas variabel loyalitas nasabah dapat dilihat pada tabel 7 sebagai berikut:

Tabel 7. Uji Normalitas Data (Y)
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		82
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.60822172
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.087
	Positive	.087
	Negative	-.049
Test Statistic		.087
Asymp. Sig. (2-tailed)		.192 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Hasil Penelitian 2021

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa nilai *Asymp Sig* sebesar 0,192 lebih besar dari 0,1 maka data variabel tersebut berdistribusi normal.

4.2.1.4. Analisis Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui seberapa besar kontribusi dari fitur terhadap loyalitas nasabah menggunakan *IMB SPSS Statistic 23*, yang dilakukan oleh peneliti maka hasilnya sebagai berikut:

Tabel 8. Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.600 ^a	.360	.352	2.62447

a. Predictors: (Constant), Fitur

b. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber: Penelitian 2021

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai *R square* yang diperoleh adalah sebesar 0,360 atau 36,0%. Jadi dapat disimpulkan bahwa pengaruh fitur terhadap loyalitas nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Rancaekek sebesar 36,0%. Sedangkan sisanya 64,0% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti, seperti atribut produk dan promosi.

4.2.1.5. Uji t

Pengujian data dimaksudkan untuk menentukan apakah variabel *dependen* dan variabel *independent* memiliki pengaruh secara persial atau secara individu.

Tabel 9. Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	16.059	3.016		5.324	.000
Fitur	.704	.105	.600	6.707	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber: Hasil Penelitian 2021

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $6,707 > 1,664$ dengan signifikansinya sebesar $0,000 < 0,1$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, dengan demikian terdapat pengaruh yang signifikan antara fitur terhadap loyalitas nasabah tabungan *mudharabah* di Bank Syariah Mandiri KCP Rancaekek.

4.2.2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Rancaekek

Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas nasabah dapat dilihat dari uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas data, analisis koefisien determinasi, dan uji t.

4.2.2.1. Uji Validitas

Kriteria pengujian validitas penelitian dilakukan jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pernyataan tersebut valid. Dalam hal ini r_{tabel} dengan $N = 82$, dikurangi 2 menjadi 80 sampel adalah 0,182. Berikut adalah hasil perhitungan uji validitas untuk fitur dapat dilihat pada tabel 4.15 sebagai berikut:

Tabel 10. Uji Validitas (X_2)

No.	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1.	0,641	0,182	Valid
2.	0,636	0,182	Valid
3.	0,618	0,182	Valid

No.	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
4.	0,373	0,182	Valid
5.	0,436	0,182	Valid
6.	0,588	0,182	Valid
7.	0,757	0,182	Valid
8.	0,552	0,182	Valid

Sumber: Hasil Penelitian 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa dari 8 butir pernyataan yang telah dibuat, semua pernyataan dinyatakan valid dikarenakan $r_{hitung} > r_{tabel}$.

4.2.2.2. Uji Reliabilitas

Dengan menggunakan *IMB SPSS Statistic 23* diketahui bahwa nilai reliabilitas variabel oprasional yang akan dianalisis dalam penelitian ini dapat diringkas pada tabel 4.16 sebagai berikut:

Tabel 11. Uji Reliabilitas (X_2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.716	8

Sumber: Hasil Penelitian 2021

Berdasarkan tabel diatas menunjukan nilai *Cornbach's Alpha* sebesar $0,716 > 0,60$ yang berarti reliabel dan termasuk moderat (Siregar, 2013).

4.2.2.3. Uji Normalitas Data

Berikut adalah hasil uji normalitas data untuk kualitas produk dapat dilihat pada tabel 4.17 sebagai berikut:

Tabel 12. Uji Normlaitas Data (X_2)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		82
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.80239688
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.083
	Positive	.083
	Negative	-.062
Test Statistic		.083
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Hasil Penelitian 2021

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa nilai *Asymp Sig* sebesar 0,200 lebih besar dari 0,1 maka data variabel tersebut berdistribusi normal.

4.2.2.4. Analisis Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui seberapa besar kontribusi dari kualitas produk terhadap loyalitas nasabah menggunakan *IMB SPSS Statistic 23*, yang dilakukan oleh peneliti maka hasilnya sebagai berikut:

Tabel 13. Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.623 ^a	.389	.381	2.56510

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber: Hasil Penelitian 2021

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai *R square* yang diperoleh adalah sebesar 0,389 atau 38,9%. Jadi dapat disimpulkan bahwa pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Rancaekek sebesar 38,9%. Sedangkan sisanya 61,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti, seperti promosi dan kualitas layanan.

4.2.2.5. Uji t

Pengujian data dimaksudkan untuk menentukan apakah variabel *dependen* dan variabel *independent* memiliki pengaruh secara persial atau secara individu.

Tabel 14. Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	8.980	2.029		4.426	.000
Kualitas Produk	.865	.064	.833	13.481	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber: Hasil Penelitian 2021

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $13,481 > 1,664$ dengan signifikansinya sebesar $0,000 < 0,1$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, dengan demikian terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap loyalitas nasabah tabungan *mudharabah* di Bank Syariah Mandiri KCP Rancaekek.

4.2.3. Pengaruh Bagi Hasil terhadap Loyalitas Nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Rancaekek

Pengaruh bagi hasil terhadap loyalitas nasabah dapat dilihat dari uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas data, analisis koefisien determinasi, dan uji t.

4.2.3.1. Uji Validitas

Kriteria pengujian validitas penelitian dilakukan jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pernyataan tersebut valid. Dalam hal ini r_{tabel} dengan $N = 82$, dikurangi 2 menjadi 80 sampel adalah 0,182. Berikut adalah hasil perhitungan uji validitas untuk fitur dapat dilihat pada tabel 15 sebagai berikut:

Tabel 15. Uji Validitas (X_3)

No.	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1.	0,451	0,182	Valid
2.	0,504	0,182	Valid
3.	0,499	0,182	Valid
4.	0,428	0,182	Valid
5.	0,582	0,182	Valid
6.	0,587	0,182	Valid
7.	0,645	0,182	Valid
8.	0,469	0,182	Valid
9.	0,224	0,182	Valid

Sumber: Hasil Penelitian 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa dari 9 butir pernyataan yang telah dibuat, semua pernyataan dinyatakan valid dikarenakan $r_{hitung} > r_{tabel}$.

4.2.3.2. Uji Reliabilitas

Dengan menggunakan *IMB SPSS Statistic 23* diketahui bahwa nilai reliabilitas variabel oprasional yang akan dianalisis dalam penelitian ini dapat diringkas pada tabel 16 sebagai berikut:

Tabel 16. Uji Reliabilitas (X_3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.610	9

Sumber: Hasil Penelitian 2021

Berdasarkan tabel diatas menunjukan nilai *Cornbach's Alpha* sebesar $0,610 > 0,60$ yang berarti reliabel dan termasuk moderat (Siregar, 2013).

4.2.3.3. Uji Normalitas Data

Berikut adalah hasil uji normalitas data untuk bagi hasil dapat dilihat pada tabel 17 di bawah.

Tabel 17. Uji Normalitas Data (X_3)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		82
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.56561105
Most Extreme Differences	Absolute	.074
	Positive	.074
	Negative	-.047
Test Statistic		.074
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Hasil Penelitian 2021

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa nilai *Asymp Sig* sebesar 0,200 lebih besar dari 0,1 maka data variabel tersebut berdistribusi normal.

4.2.3.4. Analisis Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui seberapa besar kontribusi dari bagi hasil terhadap loyalitas nasabah menggunakan *IBM SPSS Statistic 23*, yang dilakukan oleh peneliti maka hasilnya sebagai berikut:

Tabel 18. Analisis Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.394 ^a	.155	.144	3.01539

a. Predictors: (Constant), Bagi Hasil

b. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber: Hasil Penelitian 2021

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai *R square* yang diperoleh adalah sebesar 0,155 atau 15,5%. Jadi dapat disimpulkan bahwa pengaruh bagi hasil terhadap loyalitas nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Rancaekek sebesar 15,5%. Sedangkan sisanya 84,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti, seperti promosi dan harga.

4.2.3.5. Uji t

Pengujian data dimaksudkan untuk menentukan apakah variabel *dependen* dan variabel *independent* memiliki pengaruh secara persial atau secara individu.

Tabel 19. Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.544	3.811		2.504	.014
Bagi Hasil	.720	.103	.617	7.012	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber: Hasil Penelitian 2021

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $7.012 > 1,664$ dengan signifikansinya sebesar $0,000 < 0,1$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, dengan demikian terdapat pengaruh yang signifikan antara bagi hasil terhadap loyalitas nasabah tabungan *mudharabah* di Bank Syariah Mandiri KCP Rancaekek.

4.2.4. Pengaruh Fitur, Kualitas Produk dan Bagi Hasil secara Simultan terhadap Loyalitas Nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Rancaekek

Pengaruh fitur, kualitas produk dan bagi hasil terhadap loyalitas nasabah dapat dilihat dari analisis korelasi berganda, analisis regresi berganda, analisis koefisien determinasi, dan uji F.

4.2.4.1. Analisis Korelasi Berganda

Untuk mengetahui korelasi berganda dari fitur, kualitas produk dan bagi hasil terhadap loyalitas nasabah menggunakan *IBM SPSS Statistic 23*, yang dilakukan peneliti maka hasilnya adalah:

Tabel 20. Analisis Korelasi Berganda

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.832 ^a	.692	.680	1.84357	.692	58.431	3	78	.000

a. Predictors: (Constant), Bagi Hasil, Fitur, Kualitas Produk
 Sumber: Hasil Penelitian 2021

Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai koefisien korelasi sebesar 0,832 artinya terdapat hubungan yang sangat kuat antara fitur, kualitas produk dan bagi hasil (secara simultan) terhadap loyalitas nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Rancaekek.

4.2.4.2. Analisis Regresi Berganda

Untuk mengetahui regresi berganda dari fitur, kualitas produk, dan bagi hasil terhadap loyalitas nasabah menggunakan *IBM SPSS Statistic 23*, yang dilakukan oleh peneliti maka hasilnya adalah:

Tabel 21. Analisis Regresi Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.797	2.886		2.008	.048
	Fitur	.102	.091	.093	1.123	.265
	Kualitas Produk	.803	.120	.683	6.717	.000
	Bagi Hasil	.142	.099	.122	1.433	.156

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah
 Sumber: Hasil Penelitian 2021

Berdasarkan tabel diatas, maka diperoleh model persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_3x_3$$

$$Y = 5,797 + 0,102 x_1 + 0,803 x_2 + 0,142 x_3$$

Adapun interpretasi dari persamaan regresi berganda tersebut adalah:

1. a = 5,797 menyatakan bahwa, jika variabel fitur, kualitas produk dan bagi hasil dianggap konstan, maka besarnya peningkatan jumlah nasabah 5,797.
2. Fitur (X₁) = 0,102 menyatakan bahwa, setiap kenaikan satu satuan peran fitur, maka akan menambah peningkatan jumlah nasabah sebesar 0,102.
3. Kualitas produk (X₂) = 0,803 menyatakan bahwa, setiap kenaikan satu satuan kualitas produk, maka akan menambah peningkatan jumlah nasabah sebesar 0,803.
4. Bagi hasil (X₃) = 0,142 menyatakan bahwa, setiap kenaikan satu satuan bagi hasil, maka akan menambah peningkatan jumlah nasabah sebesar 0,142.

4.2.4.3. Analisis Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui seberapa besar kontribusi dari fitur, kualitas produk dan bagi hasil terhadap loyalitas nasabah menggunakan *IBM SPSS Statistic 23*, yang dilakukan oleh peneliti maka

hasilnya adalah:

Tabel 22. Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.832 ^a	.692	.680	1.84357

a. Predictors: (Constant), Bagi Hasil, Fitur, Kualitas Produk
 Sumber: Hasil Penelitian 2021

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai *R square* yang diperoleh adalah 0,692 atau 69,2%. Jadi dapat disimpulkan bahwa pengaruh fitur, kualitas produk dan bagi hasil terhadap loyalitas nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Rancaekek sebesar 69,2%. Dan sisanya 30,8% diduga dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti seperti promosi dan kualitas layanan.

4.2.4.4. Uji F

Pengujian ini digunakan dengan tujuan untuk mengetahui apakah variabel *independent* dan variabel *dependent* memiliki pengaruh secara simultan (bersama-sama) atau tidak. Hal tersebut ditunjukkan dengan tabel dibawah ini:

Tabel 23. Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	595.777	3	198.592	58.431	.000 ^b
	Residual	265.101	78	3.399		
	Total	860.878	81			

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah
 b. Predictors: (Constant), Bagi Hasil, Fitur, Kualitas Produk
 Sumber: Hasil Penelitian 2021

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $58,431 > 2,15$ dengan signifikansinya sebesar $0,000 < 0,1$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. artinya fitur, kualitas produk dan bagi hasil secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Rancaekek.

5. Penutup

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan mengenai pengaruh fitur, kualitas produk dan bagi hasil terhadap loyalitas nasabah tabungan *mudharabah* di Bank Syariah Mandiri KCP Rancaekek, maka dapat disimpulkan:

1. Fitur berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah tabungan *mudharabah* di Bank Syariah Mandiri KCP Rancaekek. Hal ini dapat dilihat pada hasil uji t dimana $t_{itung} = 6.707 >$ nilai $t_{tabel} = 1.664$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,1$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dilihat dari nilai koefisien determinasi sebesar 38,97 artinya fitur berpengaruh sebesar 36,0% terhadap loyalitas nasabah dan sisanya 64,0% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.
2. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah tabungan *mudharabah* di Bank Syariah Mandiri KCP Rancaekek. Hal ini dapat dilihat pada hasil uji t dimana $t_{itung} = 13,481 >$ nilai $t_{tabel} = 1,664$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,1$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dilihat dari nilai koefisien determinasi sebesar 69,4 artinya kualitas produk

berpengaruh sebesar 69,4% terhadap loyalitas nasabah dan sisanya 30,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

3. Bagi Hasil berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah tabungan *mudharabah* di Bank Syariah Mandiri KCP Rancaekek. Hal ini dapat dilihat pada hasil uji t dimana $t_{itung} = 7,012 >$ nilai $t_{tabel} = 1,664$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,1$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dilihat dari nilai koefisien determinasi sebesar 38,1 artinya bagi hasil berpengaruh sebesar 38,1% terhadap loyalitas nasabah dan sisanya 61,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.
4. Fitur, kualitas produk dan bagi hasil berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas nasabah tabungan *mudharabah* di Bank Syariah Mandiri KCP Rancaekek. Hal ini dapat dilihat pada hasil uji F dimana $F_{itung} = 58,431 >$ nilai $F_{tabel} = 2,15$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,1$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dilihat dari nilai koefisien determinasi sebesar 69,2 artinya fitur, kualitas produk dan bagi hasil berpengaruh sebesar 69,2% terhadap loyalitas nasabah dan sisanya 30,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Daftar Pustaka

- Hurriyati, R. (2010). Bauran Pemasaran & Loyalitas Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 55(1), 1.
- Mandiri Syariah. (2021). *Mandiri Syariah*.
- Nur'aeni & Anisa Wulan Sari. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Teller Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan IB Hasanah Di Bni Syariah Kantor Kas Jatinangor. *Jurnal Perbankan Syariah*, 1(1), 1.
- Oktavia, R. D. (2012). Pengaruh Atribut Produk Tabungan Tahapan Bca Terhadap Loyalitas Nasabah. *Jurnal Perbankan*, 2(1), 1.
- Siregar, S. (2013). Metode penelitian kuantitatif: Dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual & spss. Dalam *Statistika deskriptif untuk penelitian: Dilengkapi perhitungan manual dan aplikasi SPSS Versi 17*.
- Sugiyono. (2015). Sugiyono, Metode Penelitian dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D, (Bandung: Alfabeta, 2015), 407 1. *Metode Penelitian dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*.
- Yusnaini. (2010). Pengaruh Kualitas Pelayanan Internet Banking Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Pada Bank Swasta. *Jurnal Dinamika Akuntansi*, 2(1), 1.