

PENGARUH *RELATIONSHIP QUALITY* DAN *SEVICE QUALITY* TERHADAP LOYALITAS NASABAH TABUNGAN MARHAMAH PADA PT. BANK SUMUT CAPEM SYARIAH KARYA

"The Effect of Relationship Quality and Service Quality on Customer Loyalty of Marhamah Savings at PT. Bank Sumut Capem Syariah Karya".

Yolanda Maysarah Pohan¹, Santi Arafah²

¹Program Studi Perbankan Syariah Universitas Potensi Utama

²Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Potensi Utama

Universitas Potensi Utama, K.L. Yos Sudarso KM 6,5 No. 3A Tj. Mulia – Medan

Email : Yolandamaysarah2@gmail.com, Santiarafah@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang pengaruh *relationship quality* dan *service quality* terhadap loyalitas nasabah tabungan marhamah pada PT. Bank Sumut Capem Syariah Karya. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kuantitatif dengan mengolah data melalui kuesioner yang di berikan kepada nasabah tabungan marhamah sebanyak 90 responden dengan menggunakan teknik *non probability convenience sampling*. Data yang diperoleh dikelola menggunakan SPSS versi 16.0 dan dianalisis menggunakan analisis regresi berganda. Analisis yang digunakan meliputi uji validitas dan reabilitas, uji statistik meliputi uji t, uji f, serta uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas. Berdasarkan hasil output SPSS versi 16.00 menunjukkan bahwa variabel X1 (*relationship quality*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y (*loyalitas nasabah*) dimana nilai signifikansi X1 sebesar $0,000 < 0,05$. Variabel X2 (*service quality*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y (*loyalitas nasabah*) dimana nilai signifikansi X2 sebesar $0,000 < 0,05$. Maka dapat di simpulkan bahawa semakin tinggi tingkat kepuasan nasabah yang diberi bank sumut capem syariah karya maka semakin tinggi pula loyalitas nasabah tabungan marhamah.

Kata kunci : *Relationship Quality, Service Quality, Loyalitas nasabah tabungan Marhamah*

ABSTRACT

In this study, researchers used a quantitative method by processing data through a questionnaire given to Marhamah savings customers as many as 90 respondents using *non-probability convenience sampling* techniques. The data obtained were managed using SPSS version 16.0 and analyzed using multiple regression analysis. The analysis used includes validity and reliability tests, statistical tests including t test, f test, and classic assumption tests which include normality, multicollinearity, and heteroscedasticity tests. Based on the results of the SPSS version 16.00 output, it shows that the variable X1 (*relationship quality*) has a positive and significant effect on variable Y (*customer loyalty*) where the significance value of X1 is $0.000 < 0.05$. Variable X2 (*service quality*) has a positive and significant effect on variable Y (*customer loyalty*) where the significance value of X2 is $0.000 < 0.05$. So it can be concluded that the higher the level of customer satisfaction given by the Bank Sumut Capem Syariah Karya, the higher the loyalty of Marhamah savings customers.

Keywords : *Relationship Quality, Service Quality, customer loyalty Marhamah savings*

1. PENDAHULUAN

Bank syariah merupakan bank yang secara operasionalnya berbeda dengan bank konvensional. Salah satunya ciri khas bank syariah yaitu tidak menerima atau membebani bunga kepada nasabah, akan tetapi menerima atau membebani bagi hasil serta imbalan lain sesuai dengan akad-akad yang di perjanjika. Konsep dasar bank syariah didasarkan pada al-Qur'an dan hadis.

Perkembangan industri perbankan telah mengalami kemajuan yang cukup pesat khususnya pada bank syariah, hal ini terlihat dengan adanya tingkat persaingan yang semakin tinggi dalam industri perbankan juga mengharuskan perusahaan perbankan untuk dapat memperhatikan pentingnya elemen kualitas hubungan (*relationship quality*) dan kualitas layanan (*service quality*) sebagai upaya untuk memberikan kepuasan bagi nasabah dan membuat nasabah tetap loyal dan tidak pindah kepada pesaing.¹

Seperti halnya yang dilakukakn oleh pihak Bank Sumut Capem Syariah Karya yang menerapkan *relationship quality* dan *service quality* dalam melayani nasabah tabungan marhamah. Tabungan marhamah merupakan salah satu produk yang umum di gunakan oleh nasbah bank sumut capem syariah karya. jumlah nasabah yang menabung pada produk tabungan marhamah tersebut terus mengalami peningkatan pada setiap tahunnya.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Relationship Quality Dan Service Quality Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Marhamah Pada PT. Bank Sumut Capem Syariah Karya".

2. METODE PENELITIAN

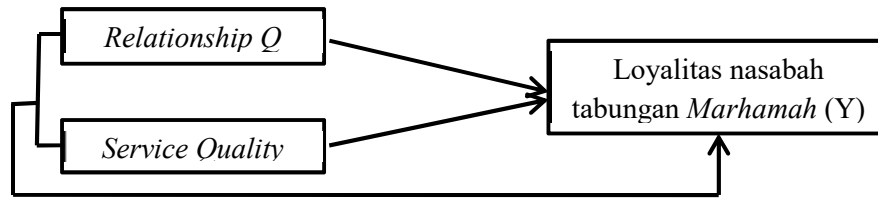
Dalam penelitian ini peneliti menggunakan penelitian kuantitatif yaitu penelitian yang berwujud angka-angka tertentu yang dapat dioperasikan secara sistematis dengan menggunakan software SPSS versi 16.0 dalam melakukan pengujian data-data penelitian yang menjadi objek penelitian ini adalah nasabah tabungan marhamah PT. Bank Sumut Capem Syariah Karya. Penelitian kuantitatif ini menggunakan data primer dan sekunder Data primer adalah data yang dikumpulkan oleh peneliti dari nasabah tabungan marhamah melalui kegiatan kuesioner. Sedangkan data sekunder diperoleh peneliti dari dokumen-dokumen dan data pendukung dari pihak Bank Sumut Capem Syariah Karya.

Adapun variable yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah sebanyak 3 variabel, diantaranya:

1. Variabel Terikat (Dependent variable) Variable terikat (y) adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel independen.. Dalam penelitian ini variabel dependen (y) yang diteliti hanya satu variable yaitu Loyalitas nasabah.
2. Variable bebas (independent variable) Variable bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen. Variabel independen pada penelitian ini adalah *Relationship quality* dan *Service quality*.

Adapun kerangka berfikir dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

¹Nuri Handayani Ritonga, *Pengaruh Relationship Quality Terhadap Loyalitas Nasabah Menggunakan Tabungan Marhamah Pada Bank Sumut Syariah Cabang Medan*, "Skripsi", Universitas Sumatera Utara, 2010 hal: 2



Gambar 1. Kerangka berfikir

Berdasarkan kerangka pemikiran dan teori yang dibangun maka, hipotesis dalam penelitian ini yaitu :

- H_a : Terdapat pengaruh antara variabel *Relationship Quality* dan *Service Quality* terhadap loyalitas nasabah menggunakan tabungan *Marhamah*
- H_o : Tidak terdapat pengaruh antara variabel *Relationship Quality* dan *Service Quality* terhadap loyalitas nasabah menggunakan tabungan *Marhamah* pada PT. Bank Sumut Capem Syariah Karya.

Target populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah tabungan marhamah PT. Bank Sumut Capem Syariah Karya. yang sampai bulan Desember 2019 berjumlah 2688 nasabah, dimana peneliti mengambil populasi hanya beralamatkan di Jl. Karya celincing dengan jumlah populasi 90 orang. Sehingga pada penelitian ini sampel yang di ambil sebanyak 90 responden.

2.1 Uji Validitas Dan Uji Realiabilitas

1. Validitas adalah suatu keadaan yang menggambarkan tingkat instrumen yang bersangkutan mampu mengukur sesuatu hal yang akan diukur. Penelitian ini menggunakan alat kuisioner, uji validitas dilakukan untuk menguji data yang didapat setelah penelitian².
2. Reliabilitas adalah tingkat kestabilan dari suatu alat pengukur dalam mengukur suatu gejala atau kejadian. Semakin tinggi reliabilitas suatu alat pengukur, akan semakin stabil pula alat pengukur tersebut dan sebaliknya.

2.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik terhadap data yang meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heterokedastisitas

1. Uji Normalitas adalah uji yang digunakan untuk menguji apakah suatu populasi berdistribusi normal atau tidak. Untuk mengetahui apakah data normal atau tidak dapat menggunakan uji Kolmogorof-Smirnov.
2. Uji *Multikolinieritas* adalah uji yang dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya variabel bebas yang memiliki kemiripan dengan variabel bebas lainnya dalam satu model. Pada penelitian ini, pengujian *multikolinieritas* dilakukan dengan menggunakan *Variance Inflation Factor* (VIF) dan Tolerance antar variabel independen yang dilihat pada matriks korelasi.
3. Uji *heteroskidastisitas* adalah uji yang bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain.

2.3 Uji Hipotesis

Uji Hipotesis meliputi :

1. Uji t (parsial) yakni untuk mengetahui pengaruh variabel independen yang terdiri dari *relationship quality* (X1) dan *service quality* (X2) secara parsial terhadap variabel dependen yaitu terhadap loyalitas nasabah menggunakan tabungan marhamah.

²Fita Elenri Chyintia Putri, "Pengaruh *Service Quality* dan *relationship Quality* Terhadap Loyalitas Nasabah BRI Syariah Kantor Cabang Sidoarjo", Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2018, hal: 54

2. Uji F (Simultan) adalah pengujian signifikansi persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat.
3. Uji Koefisien Determinas R^2 bertujuan menjelaskan seberapa besar perubahan atau variasi suatu variabel terikat (depeden) bisa dijelaskan oleh perubahan variabel bebas (independen).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Uji Instrumen

1. Uji Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam pengukuran. Sedangkan uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang.

Untuk mengukur validitas dapat dilakukan dengan melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Rumus pengujian validitas dengan korelasi product moment yaitu :

$$R_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{N \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{N \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan :

- R_{xy} : koefisien korelasi antara x dengan y
- X : variabel x (butir pertanyaan)
- Y : variabel y (skor total)
- N : Jumlah individu dalam sampel.

Sedangkan untuk mengetahui skor masing-masing item pertanyaan valid atau tidak, maka ditetapkan kriteria statistik sebagai berikut :

- a. Jika $R_{hitung}(\text{corrected Item}) > R_{tabel}$ dan bernilai positif, maka variabel tersebut valid.
- b. Jika $R_{hitung}(\text{corrected Item}) < R_{tabel}$, maka variabel tersebut tidak valid.

Tabel 1. Uji Validitas *Relationship Quality*
Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1_1	15.97	7.156	.676	.730
X1_2	15.84	7.796	.459	.792
X1_3	15.96	6.897	.674	.726
X1_4	16.06	7.222	.552	.765
X1_5	16.27	6.602	.555	.770

No	r_{hitung} (corrected Item)	r_{tabel}	Keterangan	Hasil
1	0,676	0,207	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
2	0,459	0,207	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
3	0,674	0,207	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
4	0,552	0,207	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
5	0,555	0,207	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Tabel 2. Uji Validitas *Service Quality*
Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2_1	16.33	8.315	.571	.858
X2_2	16.14	8.035	.690	.828
X2_3	16.39	8.016	.668	.833
X2_4	16.14	7.878	.730	.818
X2_5	16.19	7.458	.736	.815

No	r_{hitung} (corrected Item)	r_{tabel}	Keterangan	Hasil
1	0,571	0,207	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
2	0,690	0,207	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
3	0,668	0,207	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
4	0,730	0,207	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
5	0,736	0,207	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Tabel 3. Uji Validitas *Loyalitas*
Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y_1	15.23	8.158	.646	.737
Y_2	15.50	8.567	.449	.794
Y_3	15.30	7.853	.558	.761
Y_4	15.16	8.358	.616	.747
Y_5	15.48	6.926	.643	.734

No	r_{hitung} (corrected Item)	r_{tabel}	Keterangan	Hasil
1	0,646	0,207	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
2	0,449	0,207	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
3	0,558	0,207	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
4	0,616	0,207	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
5	0,643	0,207	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Berdasarkan tabel diatas, dengan jumlah sampel 90 responden dan dengan nilai alpha 0,05 serata $df = N - 2 = 90 - 2 = 88$, maka diperoleh nilai r tabel sebesar 0,207. Dari hasil probabilitas diatas dapat dilihat bahwa hasil dari indikator pertanyaan dalam kuesioner dari butir pertanyaan pertama sampai dengan pertanyaan ke lima pada variabel penelitian, yaitu *Relationship Quality* (X1), *Service Quality* (X2), dan *Loyalitas* (Y) dinyatakan valid karena nilai r hitung dari setiap pertanyaan lebih besar dari r tabel.

2. Uji reabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Tabel 4. Uji Reliabilitas *Relationship Quality*
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.796	5

Uji reliabilitas dapat dilihat pada nilai *Cronbach's Alpha*, jika nilai Alpha > 0,60 maka butir pertanyaan yang merupakan dimensi variabel adalah reliabel. Nilai *Cronbach's Alpha* adalah 0,796 maka dikatakan reliabel.

Tabel 5. Uji Reliabilitas *Service Quality*
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.860	5

Uji reliabilitas dapat dilihat pada nilai *Cronbach's Alpha*, jika nilai Alpha > 0,60 maka butir pertanyaan yang merupakan dimensi variabel adalah reliabel. Nilai *Cronbach's Alpha* adalah 0,860 maka dikatakan reliabel.

Tabel 6. Uji Reliabilitas Loyalitas
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.794	5

Uji reliabilitas dapat dilihat pada nilai *Cronbach's Alpha*, jika nilai Alpha > 0,60 maka butir pertanyaan yang merupakan dimensi variabel adalah reliabel. Nilai *Cronbach's Alpha* adalah 0,794 maka dikatakan reliabel.

3.2 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal atau tidak.

Tabel 7. Kolmogorov-Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Relationship Quality	Service Quality	Loyalitas
N		90	90	90
Normal Parameters ^a	Mean	20.02	20.24	19.17
	Std. Deviation	3.257	3.279	3.442
Most Extreme Differences	Absolute	.103	.137	.115
	Positive	.103	.073	.115
	Negative	-.099	-.137	-.090
Kolmogorov-Smirnov Z		.975	1.301	1.095
Asymp. Sig. (2-tailed)		.298	.068	.181
a. Test distribution is Normal.				

Uji normalitas data dengan tabel Kolmogorov bertujuan untuk mengetahui kelayakan data untuk dijadikan bahan penelitian, data yang baik apabila nilai Asymp. Sig. (2-tailed) > 0.05. Berdasarkan uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S) di atas, variabel x1 didapatkan nilai statistik = 0,298 > $\alpha = 0,05$ maka residual variabel x1 berdistribusi normal. Selanjutnya uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S) variabel x2 didapatkan nilai statistik = 0,68 > $\alpha = 0,05$ maka residual variabel x2 berdistribusi normal. Kemudian Variabel y didapatkan nilai statistik = 0,181 > $\alpha = 0,05$ maka residual variabel y berdistribusi normal. Berdasarkan hasil uji normalitas diatas, dapat disimpulkan bahwa uji normalitas pada penelitian ini adalah berdistribusi normal.

b. Uji *Mutlikolinearitas*

Uji multikolinearitas adalah uji yang dilakukan untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel bebas dalam suatu model regresi linier berganda. Jika ada korelasi yang tinggi diantara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antar variabel bebas terhadap variabelnya menjadi terganggu.

Tabel 8. Uji *Mutlikolinearitas*
Coefficients^a

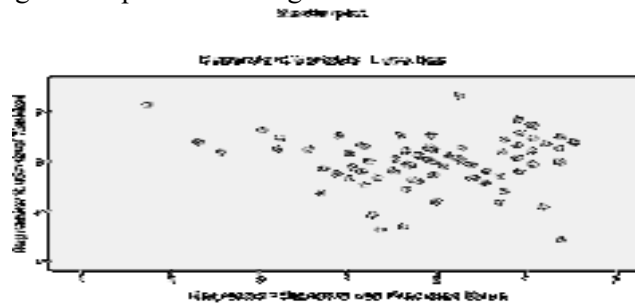
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.165	1.336		.872	.386		
relationships quality	.484	.107	.458	4.522	.000	.356	2.810
service quality	.409	.101	.411	4.059	.000	.356	2.810

a. Dependent Variable: loyalitas

Berdasarkan nilai VIF dari kedua variabel sebesar 2,810 lebih kecil dari 10 (nilai VIF sebesar $2,810 \leq 10$), maka bisa disimpulkan bahwa antar variabel independen tidak terjadi persoalan multikolinearitas atau data penelitian dalam penelitian ini baik.

c. Uji *Heteroskidastisitas*

Uji heteroskedastisitas adalah uji yang menilai apakah ada ketidak samaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi linier.



Gambar 2. Uji *Scatterplot*

Dari Gambar diatas, dapat dilihat bahwa gambar tersebut tidak membentuk suatu pola atau menyebar, maka dari itu dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tidak terkena heteroskedastisitas sehingga uji dapat dikatakan normal.

Tabel 9. Uji Heteroskedastisitas *Glejser*
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.517	.855		1.773	.080
	Relationship Quality	-.058	.069	-.151	-.841	.402
	Service Quality	.055	.064	.153	.853	.396

a. Dependent Variable: ABS_RES

Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji Heteroskedastisitas *Glejser* adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikan (Sig) lebih besar dari 0.05 maka kesimpulannya adalah tidak terjadi Heteroskedastisitas dalam model regerasi.
2. Sebaliknya, Jika nilai signifikan (Sig) lebih kecil dari 0.05 maka kesimpulannya adalah terjadi Heteroskedastisitas dalam model regerasi

Untuk melihat hasil uji Heteroskedastisitas dengan uji glejser ini, maka cukup melihat tabel output “Coefficients” dengan variable Abs_Res berperan sebagai variable dependet. Berdasarkan output diatas diketahui nilai signifikansi (Sig.) untuk variable *relationship quality* adalah 0.402 dan nilai signifikansi pada variable *Service quality* adalah 0.396. Karena nilai signifikansi kedua variable di atas lebih besar dari 0.05 sehingga tidak ada gejala heterokedastisitas

Tabel 9. Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.165	1.336		.872	.386
	relationship quality	.484	.107	.458	4.522	.000
	service quality	.409	.101	.411	4.059	.000

a. Dependent Variable: loyalitas

Berdasarkan tabel di atas, dapat diperoleh model persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y = 1.165 + 0,484 X_1 + 0,409 X_2 + e$$

1. α = nilai konstan ini menunjukkan dari loyalitas nilainya sebesar 1.165 dengan asumsi nilai dari masing – masing variabel bebas (*relationship quality* dan *service quality*) adalah konstan.
2. β_1 = koefisien regresi X_1 *relationship quality* menunjukkan bahwa setiap variabel *relationship quality* meningkat sebesar 1% maka tingkat loyalitas akan meningkat sebesar 0,484 dan begitu sebaliknya jika *relationship quality* menurun 1% maka akan menurunkan loyalitas sebesar 0,484.
3. β_2 = koefisien regresi X_2 *Service Quality* menunjukkan bahwa setiap variabel *Service Quality* meningkat sebesar 1% maka tingkat loyalitas akan meningkat sebesar 0,409 dan begitu sebaliknya jika *relationship quality* menurun 1% maka akan menurunkan loyalitas sebesar 0,409.

3.3 Uji Hipotesis

1. Uji t (Parsial)

Uji t parsial adalah analisa statistik dalam regresi berganda yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara sendiri-sendiri (parsial) terhadap variabel terikat.

Tabel 10. Uji t
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.165	1.336		.872	.386
	X1	.484	.107	.458	4.522	.000
	X2	.409	.101	.411	4.059	.000

Dependent Variable: Y

Nilai t untuk $n = 90 - 3 = 87$ adalah 1.662

Berdasarkan tabel di atas dapat di simpulkan bahwa uji t adalah :

- a. Variabel X_1 *Relationship Quality* diperoleh nilai t sebesar 4,522 dimana nilai tersebut lebih besar dari t_{tabel} yaitu 1.662 dan signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_a di terima, artinya bahwa terdapat pengaruh signifikan terhadap loyalitas.

- b. Variabel X_2 *Service Quality* diperoleh nilai t sebesar 4,059 dimana nilai tersebut lebih besar dari t_{tabel} yaitu 1.662 dan signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_a di terima, artinya bahwa terdapat pengaruh signifikan terhadap loyalitas.

2. Uji F

Uji f adalah uji untuk melihat bagaimanakah pengaruh semua variabel bebasnya secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya.

Tabel 11. Uji F
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	719.104	2	359.552	93.266	.000 ^a
	Residual	335.396	87	3.855		
	Total	1054.500	89			

a. Predictors: (Constant), X_2 , X_1

b. Dependent Variable: Y

Dari data di atas dapat dilihat bahwa $F_{\text{hitung}} 93.266 > F_{\text{tabel}} 3.10$ dan nilai signifikansi $0.000 < 0,05$ maka H_a diterima dan H_0 di tolak, maka dapat di simpulkan bahwa secara simultan variabel independen berpengaruh secara simultan dan variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

3. Uji Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi bertujuan menjelaskan seberapa besar perubahan atau variasi suatu variabel terikat (dependen) bisa dijelaskan oleh perubahan variabel bebas (independen). Secara umum kemampuan variabel independen berkontribusi terhadap variabel dependen dinyatakan dalam satuan persentase.

Tabel 12. Uji R^2
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.826 ^a	.682	.675	1.963

a. Predictors: (Constant), X_2 , X_1

Dari data di atas terlihat bahwa nilai R Square adalah sebesar 0,682 atau sama dengan 68,2%, Hal ini mengandung arti bahwa variabel *relationship quality* dan *service quality* (independen) terdapat pengaruh terhadap variabel loyalitas nasabah (dependen) sebesar 68,2% sedangkan sisanya ($100\% - 68,2\% = 31,8\%$) di pengaruhi oleh variabel lain.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisa yang telah dibahas sebelumnya, maka dapat di simpulkan sebagai berikut :

1. Secara simultan variabel *relationship quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah tabungan marhamah di PT. Bank Sumut Capem Syariah Karya, dikarenakan hasil uji t nilai t hitung x_1 (*relationship quality*) lebih besar dari t tabel yaitu $4,522 > 1.662$ dengan

signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa kepercayaan, komunikasi dan komitmen yang di berikan perbankan sudah baik dan dapat mempengaruhi loyalitas nasabah tabungan marhamah pada PT. Bank Sumut Capem Syariah Karya.

2. Secara simultan variabel *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah tabungan marhamah di PT. Bank Sumut Capem Syariah Karya, dikarenakan hasil uji t nilai t hitung x2 (*service quality*) lebih besar dari t tabel yaitu $4,059 > 1.662$ dengan signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa semakin baik *service quality* yang di berikan perbankan maka semakin tinggi pula loyalitas nasabah tabungan marhamah pada PT. Bank Sumut Capem Syariah Karya.
3. Berdasarkan uji F test, secara simultan *relationship quality* dan *service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah tabungan marhamah dengan signifikan sebesar $0.000 < 0,05$. Hal ini berarti semakin baik *relationship quality* dan *service quality* maka semakin tinggi pula tingkat loyalitas nasabah tabungan marhamah.
4. Secara elastisitas variabel *relationship quality* dan *service quality* (independen) terdapat pengaruh terhadap variabel loyalitas nasabah (dependen) sebesar 68,2%, sedangkan sisanya 31,8% di pengaruhi oleh variabel lain.

5. SARAN

5.1 Bagi PT. Bank Sumut Capem Syariah Karya Medan

1. Berdasarkan hasil penelitian di atas PT. Bank Sumut Capem Syariah Karya hendaknya terus meningkatkan kinerja karyawan maupun fasilitas yang menunjang kenyamanan nasabahnya agar nasabah dapat menjadi loyal dan terus melakukan transaksinya di PT. Bank Sumut Capem Syariah Karya. Selain itu perlu dilakukan peningkatan pada *Relationship Quality* dan *Service Quality* serta tidak menutup kemungkinan untuk mengkaji dan meningkatkan faktor-faktor lain yang mempengaruhi Loyalitas nasabah diluar dari dua variabel yang digunakan pada penelitian ini.
2. Diharapkan kepada PT. Bank Sumut Capem Syariah Karya agar selalu menjaga hubungan baik dan memberikan pelayanan yang berkualitas terhadap nasabah agar nasabah loyal dan dapat mempertahankan nasabahnya dari para pesaing.

5.2 Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya diharapkan dapat meneliti mengenai faktor-faktor yang dapat memengaruhi loyalitas nasabah pada tabungan marhamah di PT. Bank Sumut Capem Syariah Karya secara mendalam lagi.

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Universitas Potensi Utama yang telah memberikan dukungan dan semangat terhadap penelitian ini.

DARTAR PUSTAKA

- [1] Situmeang, A. P. (2018). Produk tabungan mudharabah marhamah pada Bank Sumut Syariah KCP HM Joni (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).
- [2] Arafah, S., & Sembiring, E. A. (2018). Analisis Pengaruh Kepuasan Dengan Pemakaian Metode Perpektual Terhadap Penggunaan Aplikasi Quickbooks Accounting System (Studi Kasus UD. Rizky assila ULFA). Bisei: Jurnal Bisnis dan Ekonomi Islam, 3(2).

- [3] ARAFAH, S., & TANJUNG, Y. (2019). Analisis Faktor Determinan Yang Mempengaruhi Pemakaian Metode Jit (Studi Kasus UD. Pusaka Bakti). Bisei: Jurnal Bisnis dan Ekonomi Islam, 4(01).
- [4] Arafah, S. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga Saham Syariah Di Pt. Unilever, Tbk. Bisei: Jurnal Bisnis dan Ekonomi Islam, 2(2).
- [5] Hutagalung, M. A. K. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Minat Masyarakat Menjadi Nasabah Bank Syari'ah. *Jurnal Al-Qasd Islamic Economic Alternative*, 1(2), 228-239.
- [6] Ismail, M. B. A. (2017). Perbankan Syariah. Kencana.
- [7] Junaeka, E, E. (2013). *Pengaruh Relationship Quality Terhadap Loyallitas Nasabah*, Skripsi. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta.
- [8] Kusmayadi, T. (2007). Pengaruh relationship Quality Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan. STIE STAN Indonesia Mandiri.
- [9] Muhamad, *Manajemen Dana Bank Syariah*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada. 2014.
- [10] Murtani, Alim. (2019) PENGARUH PENGEMBANGAN KARYAWAN DAN FASILITAS KERJA TERHADAP KEPUASAN KERJA KARYAWAN DI PT. BANK SUMUT SYARIAHCABANG MEDAN. JURNAL AL-QASD ISLAMIC ECONOMIC ALTERNATIVE,1(2), 177-188.
- [11] Putri, F. E. C. (2018). Pengaruh Service Quality dan Relationship Quality terhadap Loyalitas Nasabah BRI Syariah KC Sidoarjo (Doctoral dissertataion, UIN Sunan Ampel Surabaya).
- [12] Ritonga, N.H. (2010). *Pengaruh Relationship Quality Terhadap Loyalitas Nasabah Menggunakan Tabungan Marhamah Pada Bank Sumut Syariah Cabang Medan*. Skripsi. Universitas Sumatera Utara.
- [13] Sakina, F.F.A. (2019). *Pengaruh Service Quality Dan Relationship Quality Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Negara Indonesia Syariah Kantor Cabang Pembantu Tulungagung*. Skripsi. IAIN Tulungagung.
- [14] Saporso, S.W. (2019). *Loyalitas Nasabah Bank Syariah* .Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- [15] Tarsito, S. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Alfabeta. Bandung.
- [16] Suyanto, T. (2007). *Kelembagaan Perbankan jakarta*: PT. Gramedia Pustaka Utama.