

## PENGARUH CITRA BANK TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA PT. BANK BRI SYARIAH KANTOR CABANG MADIUN

I'in Mazuin Agustina

Pendidikan Ekonomi FKIP UNIVERSITAS PGRI MADIUN  
mazuinagustina88@gmail.com

### **Abstract**

*This study aims to analyze the influence of bank image on customer loyalty at PT. Bank BRI Syariah Branch Office Madiun. Bank image has an effect on Customer Loyalty this is evidenced from t value on bank image variable (X) is 5,484 with significant level 0.000. Because  $5,484 \geq 1,650$  and  $0,000 \leq 0,05$  then  $H_0$  is rejected and  $H_a$  accepted. It can be concluded that  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  is greater than t table of significance level of 0.000 is smaller than 0.05 then the research hypothesis reject  $H_0$  and receive  $H_a$ . On the basis of correlation test obtained rth value is 0.327 while r tabel 0.113. This means that the value of r hitung  $\geq$  r tabel ( $0,327 \geq 0,113$ ). In this study obtained  $Y = 25.123 + 0.303 X$  constant value of 25.123 means that if the image variable bank fixed value or kostanta the amount of customer loyalty is equal to 25.123. This means that without the influence of bank image variables, customer loyalty still has a value of 25.123.*

**Keywords:** Bank Image, Customer Loyalty

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh citra bank terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Madiun. Citra Bank berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah hal ini dibuktikan dari nilai t hitung pada variabel citra bank (X) adalah sebesar 5,484 dengan tingkat signifikan 0,000. Karena  $5,484 \geq 1,650$  dan  $0,000 \leq 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dapat disimpulkan bahwa  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  yaitu lebih besar dari t tabel dari tingkat signifikansi t sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis penelitian menolak  $H_0$  dan menerima  $H_a$ . Atas dasar uji korelasi diperoleh nilai  $r_{hitung}$  adalah 0,327 sedangkan  $r_{tabel}$  0,113. Ini berarti bahwa nilai  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  ( $0,327 \geq 0,113$ ). Dalam penelitian ini diperoleh  $Y = 25,123 + 0,303 X$  nilai konstanta sebesar 25,123 artinya apabila variabel citra bank bernilai tetap atau kostanta maka besarnya loyalitas nasabah adalah sebesar 25,123. Artinya tanpa adanya pengaruh variabel citra bank maka loyalitas nasabah tetap memiliki nilai 25,123.

**Kata kunci:** Citra Bank, Loyalitas Nasabah

## **PENDAHULUAN**

Pada saat ini perkembangan dunia industri perbankan di Indonesia mengalami pergerakan yang sangat pesat. Banyak bermunculan bank-bank baru yang membuat persaingan perbankan semakin ketat. Sebuah bank mempunyai peranan sangat penting bagi suatu perekonomian maupun masyarakat luas. Bank menjadi lembaga keuangan yang mampu memberikan dukungan dana bagi perkembangan dunia usaha. Dapat dikatakan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan penyalurannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat.

Setiap bank dituntut berupaya untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang berkesinambungan dalam menghadapi munculnya pemain baru (pesaing) yang bergerak dalam industri yang sama. Untuk dapat unggul dalam persaingan, maka perbankan harus berwawasan nasabah. Nasabah merupakan aset terbesar yang harus dijaga oleh perbankan. Konsep pemasaran yang berorientasi pada nasabah hendaknya diterapkan oleh perbankan, di mana nasabah adalah faktor yang perlu mendapatkan perhatian utama. Untuk itu, perusahaan perbankan mempunyai peranan yang sangat penting untuk mengelola hubungan baik dengan publiknya, yang mana keberhasilan atau kegagalannya akan menciptakan reputasi yang dapat mempengaruhi citra perbankan.

Oleh karena itu, untuk meningkatkan citra perbankan maka perlu menyiapkan karyawan yang mampu menangani kebutuhan nasabah dengan selayaknya. Mengingat pentingnya keberadaan nasabah, maka bank perlu melakukan berbagai upaya untuk mempertahankan nasabah agar tetap loyal kepada bank dan tidak beralih ke pesaing yang ada.

Buchari Alma (2007:375), menyatakan

*“Image is the impression, feeling, the conception which the public has of a company, a conditionally created impression of an object, person or organization”*. Artinya citra adalah merupakan kesan, impresi, perasaan atau konsepsi yang ada pada publik mengenai perusahaan, mengenai suatu obyek, orang atau lembaga.

Rosady Ruslan (2014:75), mendefinisikan “Pengertian citra itu sendiri abstrak (*intangibile*) dan tidak dapat diukur secara sistematis, tetapi wujudnya bisa dirasakan dari hasil penilaian baik atau buruk. Seperti penerimaan dan tanggapan baik positif maupun negatif yang khususnya datang dari publik (khalayak sasaran) dan masyarakat luas pada umumnya”.

Citra bank adalah respon masyarakat terhadap bank yang diwujudkan dalam ide atau keyakinan masyarakat terhadap produk yang ditawarkan oleh perbankan tersebut. Untuk memperhatikan nama baik dan citra yang dimiliki oleh suatu bank, akan mempengaruhi pemilihan nasabah dalam memutuskan untuk mengambil kredit pada bank tersebut.

Istijanto (2005:198), menyatakan “Bank yang bercitra buruk relatif sulit untuk menjaring nasabah, sedangkan bank yang bercitra baik tentu lebih mudah untuk mendapatkan dan mempertahankan nasabahnya”.

Setiap bank bertujuan memiliki nasabah. Mereka loyal karena akan memperoleh keuntungan-keuntungan bila memiliki pelanggan yang loyal antara lain: 1) dapat mengurangi biaya pemasaran (karena biaya untuk menarik pelanggan yang baru lebih mahal), 2) dapat mengurangi biaya transaksi, 3) dapat mengurangi biaya perputaran atau *turn over* pelanggan (karena pergantian pelanggan yang lebih sedikit), 4) dapat meningkatkan penjualan silang, yang akan memperbesar pangsa pasar perusahaan, 5) mendorong getok tular (*word of mouth*) yang positif dengan asumsi bahwa pelanggan

yang loyal juga berarti mereka merasa puas, 6) dapat mengurangi biaya kegagalan, seperti biaya penggantian dan lain-lain, Jill Griffin dalam Etta Mamang Sangadjidan Sopiah, (2013:113).

Perusahaan merancang suatu identitas atau penetapan posisi (*positioning*) untuk membentuk citra masyarakat (persepsi masyarakat) terhadap perusahaan atau produknya. Bagi perusahaan memiliki citra (reputasi) yang baik merupakan faktor yang sangat penting karena akan memberikan berbagai manfaat. Perusahaan yang memiliki citra atau reputasi yang baik akan mendorong konsumen membeli produk yang ditawarkan, mempertinggi kemampuan bersaing, mendorong semangat kerja karyawan, dan meningkatkan loyalitas pelanggan (Istijanto, 2010:185).

Jill Griffin (2005:31), definisi “*customer* (pelanggan) memberikan pandangan yang penting untuk memahami mengapa perusahaan harus menciptakan dan memelihara pelanggan dan bukan hanya menarik pembeli”. Definisi itu berasal dari kata “*custom*”, yang didefinisikan sebagai “membuat sesuatu menjadi kebiasaan atau biasa” dan “mempraktikkan kebiasaan”.

Ratih Hurriyati (2015:129), menyatakan “Loyalitas adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku”.

Berdasarkan penelitian Satriyanti (2012) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah dan Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat di Surabaya”. Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan, kepuasan nasabah dan citra bank secara bersama-sama dan secara parsial berpengaruh

positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat di Surabaya.

Berdasarkan penelitian Nuraini (2014) yang berjudul yang berjudul Pengaruh Citra, Pelayanan, Aksesoris Jasa, Keragaman Produk dan Nilai Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Nasabah BPD DI Syariah Yogyakarta. Hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa citra bank secara simultan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa citra mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas nasabah pada BPD DI Syariah di Yogyakarta.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, peneliti mengambil penelitian yang berjudul “Pengaruh Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Madiun”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Citra Bank berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. BRI Syariah Kantor Cabang Madiun. Hal ini mengindikasikan bahwa ada pengaruh citra bank terhadap loyalitas nasabah. Apabila semakin baik citra bank terbentuk di mata para nasabah akan membuat loyalitas semakin tinggi.

Setiap bank berusaha untuk mempertahankan citra bank, karena citra bank merupakan aset yang penting bagi suatu perusahaan. Untuk itu bank harus lebih meningkatkan kinerja bank yang baik, pelayanan yang memuaskan, dan penyediaan fasilitas produk maupun jasa bank. Citra bank yang dinilai positif akan dapat memberikan keuntungan terhadap bank, sehingga dapat diyakini dimata masyarakat untuk senantiasa bertahan dan loyal menggunakan fasilitas produk maupun jasa yang ditawarkan oleh pihak bank.

Berdasarkan penjelasan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Madiun”.

## **METODE PENELITIAN**

### **Tempat Penelitian**

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan “Bank BRI Syariah Kantor Cabang Madiun” di Jl. S. Parman No. 44 Madiun Jawa Timur. Alasan pemilihan tempat tersebut dikarenakan PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Madiun merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang pelayanan dan jasa keuangan yang diminati oleh para Nasabah karena citra positif yang dimiliki PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Madiun dapat mempertahankan nasabah yang loyal untuk melakukan transaksi ulang kembali.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini kuantitatif. ”Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengumpulan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan” (Sugiyono, 2010:13).

### **Desain Penelitian**

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan hubungan kausal. Menurut Sugiyono, (2011:11) “hubungan kausal adalah hubungan yang bersifat sebab akibat”. Pada penelitian ini menggunakan hubungan sebab akibat (kausal) karena hubungan variabel terhadap obyek yang diteliti lebih bersifat sebab akibat (kausal). Dalam penelitian ini menjelaskan pengaruh kausal antara variabel melalui pengajuan hipotesis dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh citra bank terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Madiun.

### **Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Nasabah PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Madiun sejumlah 930 nasabah. Sedangkan Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sejumlah 280 nasabah. Teknik sampling yang digunakan untuk pengambilan sampel adalah teknik *Sampling Insidental*. Sampling insidental adalah “teknik penentuan sampel, berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila orang yang ditemukan pada waktu menentukan sampel cocok dengan yang diperlukan sebagai sumber data” (Hamid Darmadi, 2014: 65).

### **Teknik Pengumpulan Data**

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data penelitian dalam penelitian ini adalah:

#### 1. Kuesioner/Angket

“Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.” (Sugiyono, 2015: 142).

Jumlah soal dalam angket ini adalah 20 soal pertanyaan, yang terbagi dalam dua variabel yang akan diteliti. 10 soal untuk variabel Citra Bank (X) dan 10 soal untuk variabel Loyalitas Nasabah (Y). Yang menjadi responden dalam teknik pengumpulan data dengan angket pada penelitian ini adalah nasabah “PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Madiun” sebanyak 280 nasabah.

#### 2. Observasi

Menurut Syofian Siregar, (2014:42) “Observasi atau pengamatan langsung adalah kegiatan pengumpulan data dengan penelitian terhadap kondisi lingkungan objek penelitian yang mendukung

kegiatan penelitian, sehingga didapat gambaran secara jelas tentang kondisi objek penelitian tersebut.

Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan cara peninjauan secara langsung pada PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Madiun untuk memperoleh data yang diperlukan untuk kelancaran penyusunan penelitian yang berkaitan.

### 3. Dokumentasi

Menurut Juliansyah Noor, (2011:141) “Dokumentasi adalah sejumlah besar fakta dan data tersimpan dalam bahan yang berbentuk dokumentasi. Sebagian besar data yang tersedia yaitu berbentuk surat, catatan harian, cendera mata, laporan, artefak, dan foto”.

Metode ini digunakan untuk memperoleh data-data yang peneliti butuhkan dengan melalui catatan-catatan yang ada atau dokumen yang ada berupa foto dengan cara mengambil data responden (nasabah) yang melakukan transaksi berulang pada PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Madiun.

### Instrumen Penilaian

“Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk memperoleh, mengolah, dan menginterpretasikan informasi yang diperoleh dari para responden yang dilakukan dengan menggunakan pola ukur yang sama” (Syofian Siregar, 2014:75).

Pada penelitian ini yang digunakan adalah berupa pemberian skor berdasarkan skala likert. Menurut Syofian Siregar (2012:138), “Skala Likert adalah skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu”. Dalam penelitian ini skala likert digunakan agar mempermudah responden dalam menjawab pertanyaan, kemudian responden menjawab pertanyaan sesuai dengan kode yang ada

dalam kuesioner. Jawaban dari responden yang tercantum dalam kuesioner bersifat tertutup dan dijamin kerahasiannya.

### Teknik Analisis Data

Peneliti menggunakan 2 analisis data yaitu dengan cara statistik deskriptif dan statistik inferensial:

#### a. Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono (2011:147) menyatakan “statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi”.

#### b. Statistik Inferensial

Menurut Sugiyono (2011:148) menyatakan bahwa “statistik inferensial adalah teknik statistik yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi”. Statistik ini akan cocok digunakan bila sampel diambil dari populasi yang jelas, dan teknik pengambilan sampel dari populasi itu dilakukan secara random. Statistik inferensial ini digunakan bila peneliti ingin membuat kesimpulan yang berlaku untuk populasi. Statistik inferensial dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1. Uji Prasarat atau Instrumen

#### a. Uji Validitas

“Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut” (Imam Ghazali, 2011:52). Rumus dan kriteria yang dapat digunakan untuk uji validitas kuesioner adalah sebagai berikut: Validitas angket diuji dengan teknik

logis, yakni validitas instrumen yang diukur dari kecocokannya sehingga secara logika dapat diterima.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Imam Ghozali (2011:47), “Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk”. Uji reabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha* dan alat bantu program *SPSS Versi 16.0*.

Menurut Syofian Siregar (2014: 90), “kriteria suatu instrument penelitian dikatakan reliabel dengan menggunakan teknik Alpha Cronbach bila koefisien reliabilitas ( $r_{11}$ ) > 0,6”.

## 2. Uji Asumsi Klasik

Penggunaan analisis regresi linier berganda terkait dengan sejumlah asumsi dan harus memenuhi asumsi-asumsi klasik yang mendasari analisis tersebut.

a. Uji Normalitas

Menurut Imam Ghozali (2013: 154) “Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel penggunaan atau residual memiliki distribusi normal”.

Menurut Hengky Latan dan Selva Temalagi (2013:56), “Model regresi yang baik adalah yang residual data-nya berdistribusi normal”. Pengujian menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov (Analisis Explore) untuk mengetahui apakah data pada tiap-tiap variabel normal atau tidak. Kriteria pengambilan keputusan yaitu jika Signifikansi > 0,05 maka data berdistribusi normal, dan jika Signifikansi < 0,05 maka data tidak berdistribusi normal.

b. Autokorelasi

Menurut Imam Ghozali (2013: 110), “Uji autokorelasi bertujuan

untuk menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya)”. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Hal ini sering ditemukan pada data *time series*. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi.

c. Heteroskedastisitas

Tujuan dari adanya uji heteroskedastisitas yaitu untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika variance dari residual seluruh pengamatan tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Imam Ghozali, 2013:134).

Ada atau tidaknya heteroskedastisitas dideteksi dengan melibatkan *scatterplot* antara nilai prediksi variabel terikat yaitu ZPRED dan SRESID, peneliti juga menggunakan uji lain yaitu uji *glejser* dengan taraf signifikan 5%.

## 3. Uji Hipotesis

Metode pengujian terhadap hipotesis yang diajukan pengujian secara parsial dan pengujian secara simultan. Pengujian hipotesis tersebut sebagai berikut:

a. Analisis Regresi Linier Sederhana

Menurut Juliansyah Noor (2011:179), mengemukakan “analisis regresi sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas terhadap

variabel terikat atau dengan kata lain untuk mengetahui seberapa jauh perubahan variabel bebas dalam mempengaruhi variabel terikat”.

b. Koefisien Determinasi ( $r^2$ )

Menurut Duwi Priyatno (2013:56), “Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui seberapa besar prosentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen”.

c. Uji Statistik t

Menurut Duwi Priyatno (2013:97), “Uji t yaitu untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen, apakah pengaruhnya signifikan atau tidak”.

Menurut Hengky Latan dan Selva Temalagi (2013:81), dasar pengambilan keputusan untuk pengujian uji signifikan t adalah Jika nilai signifikansi yang dihasilkan uji  $t P < 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisis Statistik Deskriptif

Dideskripsikan bahwa variabel Citra Bank dengan jumlah data (N) sebanyak 280 nasabah memiliki deskripsi data sebagai berikut: a) Jumlah skor total sebesar 9606; b) Nilai rata-rata hitung (mean) sebesar 34,31; c) Nilai Median sebesar 35,00; d) Nilai Modus sebesar 36; e) Nilai Minimum sebesar 22; f) Nilai Maximum sebesar 48; g) Nilai Standar Deviasi sebesar 5,058.

Dari hasil, yang diolah kuesioner 280 responden, yang berada di atas dengan nilai rata-rata sebanyak 158 citra bank atau sebesar 56,4%, sedangkan nilai yang di bawah rata-rata sebanyak 122 citra bank atau sebesar 43,5%. Artinya nasabah BRI Syariah Kantor Cabang Madiun setuju dengan adanya citra bank.

Dideskripsikan bahwa variabel-variabel loyalitas nasabah dengan jumlah data (N) sebanyak 280 responden memiliki deskripsi data sebagai berikut: a) Jumlah skor total sebesar 9942; b) Nilai rata-rata hitung (mean) sebesar 35,51; c) Nilai Median sebesar 36,00; d) Nilai Modus sebesar 37, e) Nilai Standar Deviasi sebesar 4,683; f) Nilai Minimum sebesar 24; g) Nilai Maximum sebesar 46.

Dari hasil penelitian, loyalitas nasabah yang berada di atas dengan nilai rata-rata hitung sebanyak 152 nasabah atau sebesar 54,2%, sedangkan yang berada di bawah rata-rata hitung sebanyak 128 nasabah atau sebesar 45,7%. Hal ini berarti loyalitas nasabah pada PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Madiun Baik.

### Hasil Uji Validitas

Hasil uji validitas angket Citra Bank di uji kepada nasabah Bank BRI Syariah Kantor Cabang Madiun yang berjumlah 20 responden. Dari hasil 10 soal Citra Bank yang diuji hasilnya semua valid. Hasil dari uji validitas angket loyalitas nasabah diuji kepada kepada nasabah Bank BRI Syariah Kantor Cabang Madiun yang berjumlah 20 responden. Dari hasil 10 soal Citra Bank yang diuji hasilnya semua valid (koefisien di atas 0,422). Sehingga data tersebut dapat digunakan semua untuk keperluan analisis penelitian.

### Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus *alpha cronbach*. Menurut Syofian Siregar (2014: 90), “kriteria suatu instrument penelitian dikatakan reliabel dengan menggunakan teknik Alpha Cronbach bila koefisien reliabilitas ( $r_{11}$ )  $> 0,6$ ”. Jika dilakukan pengukuran ulang, apabila nilai cronbach alpha ( ) suatu variabel  $> 0,60$  maka indikator yang digunakan oleh variabel tersebut reliabel. Hasil uji

reliabilitas variabel Citra Bank dan Loyalitas Nasabah masing-masing adalah 0,802 dan 0,728 maka semua dinyatakan reliabel.

### **Hasil Uji Asumsi Klasik**

#### **1. Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel penggunaan atau residual memiliki distribusi normal. Apabila data berdistribusi normal, maka dapat digunakan uji statistik berjenis parametrik. Syarat analisis parametrik yaitu distribusi data harus normal. Pengujian menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov (Analisis Explore) untuk mengetahui apakah distribusi data pada tiap-tiap variabel normal atau tidak. Hasil uji normalitas diketahui bahwa nilai *Assymp Sig* sebesar 0,188 lebih besar dari 0,05, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data yang akan dianalisis terdistribusi normal.

#### **2. Uji Autokorelasi**

Pengujian ada tidaknya autokorelasi dilakukan dengan menggunakan uji Durbin-Watson (*DW test*). Dari tabel statistik Durbin-Watson, ditentukan bahwa untuk jumlah sampel  $n = 280$ , jumlah variabel bebas  $k = 1$ , dan taraf signifikan  $\alpha = 5\% = 0,05$ , diperoleh batas atas yaitu  $d_U$  sebesar 1,811 dan batas bawah yaitu  $d_L$  sebesar 1,796.

Berdasarkan hasil uji autokorelasi nilai  $DW$  sebesar 1,963 sedangkan  $d_L = 1,796$ ,  $d_U = 1,811$ . Uji Autokorelasi di atas menunjukkan bahwa nilai  $d_U < d < 4 - d_U$  ( $1,811 < 1,963 < 2,189$ ), maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi.

#### **3. Heteroskedastisitas**

Hasil untuk uji *glejer* dapat diketahui bahwa nilai signifikan variabel citra bank sebesar 0,097 lebih besar dari 0,05, ( $0,097 > 0,05$ ) maka hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam

model regresi pada penelitian ini dan variabel independen dapat dinyatakan tidak mengalami heteroskedastisitas.

### **Hasil Uji Regresi**

Uji Regresi Linier sederhana diperoleh persamaan  $Y = 25,123 + 0,303 X$ . Nilai konstanta sebesar 25,123 artinya apabila variabel citra bank bernilai tetap atau konstanta maka besarnya loyalitas nasabah adalah sebesar 25,123. Artinya tanpa adanya pengaruh variabel citra bank maka loyalitas nasabah tetap memiliki nilai sebesar 25,123.

Koefisien regresi citra bank ( $X$ ) sebesar 0,303 dengan tanda positif. Hal ini berarti, apabila citra bank mengalami peningkatan satu satuan maka loyalitas nasabah akan meningkat sebesar 0,303. Koefisien menunjukkan bahwa pengaruh citra bank terhadap loyalitas nasabah berkorelasi positif. Artinya citra bank berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah.

### **Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Berdasarkan analisis, dapat diketahui besarnya nilai  $r_{hitung}$  adalah 0,327 sedangkan  $r_{tabel}$  adalah 0,113. Hal ini berarti bahwa nilai  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  ( $0,327 \geq 0,113$ ). Atas dasar uji korelasi tersebut dapat disimpulkan tolak  $H_0$ , artinya ada hubungan antara citra bank terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Madiun.

Di lain pihak hasil uji koefisien determinasi ( $R$ -Square) yang diperoleh sebesar 0,107. Artinya, sumbangan pengaruh citra bank terhadap loyalitas nasabah yaitu sebesar 10,7% sedangkan sisanya sebesar 89,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

### **Hasil Uji T**

Dari hasil perhitungan uji  $t$  diperoleh nilai diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 5,484 sedangkan  $t_{tabel}$  sebesar 1,650, di lain pihak nilai  $Sig_{hit}$  adalah 0,000 sedangkan  $Sig_{prob}$  0,05.

Hal ini bahwa nilai  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  ( $5,484 \geq 1,650$ ) atau  $Sig_{hit} \leq Sig_{prob}$  ( $0,000 < 0,05$ ), atas dasar uji t tersebut dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, artinya bahwa citra bank berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Madiun.

## PENUTUP

### Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data pada pembahasan bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan citra bank pada BRI Syariah Kantor Cabang Madiun cukup baik. Hal ini dapat dilihat dari hasil pengisian kuesioner yang telah dilakukan oleh nasabah Bank BRI Syariah Kantor Cabang Madiun. Dapat dilihat jawaban responden sebanyak 280 nasabah mempunyai deskripsi data sebagai berikut: jumlah skor nasabah yang di atas rata-rata sebesar 56,4% sebanyak 158 nasabah sedangkan yang di bawah rata-rata sebesar 43,5% sebanyak 122 nasabah.
2. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Loyalitas Nasabah pada PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Madiun cukup baik. Hal ini dapat dilihat dari hasil pengisian kuesioner yang telah dilakukan oleh nasabah Bank BRI Syariah Kantor Cabang Madiun. Dari hasil jawaban responden sebanyak 280 nasabah, mempunyai deskripsi data sebagai berikut: jumlah skor nasabah yang di atas rata-rata sebesar 54,2% sebanyak 152 nasabah sedangkan yang di bawah rata-rata sebesar 45,7% sebanyak 128 nasabah.
3. Citra Bank mempunyai pengaruh terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Madiun. Terbukti dari hasil analisis regresi yaitu  $Y = 25,123 + 0,303X$ . Artinya ada pengaruh antara citra bank terhadap loyalitas

nasabah pada PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Madiun. Hasil dari nilai uji t dengan menggunakan signifikansi 0,05, diperoleh nilai  $t_{hitung}$  sebesar 5,484 sedangkan  $t_{tabel}$  sebesar 1,650, di lain pihak nilai  $Sig_{hit}$  adalah 0,000 sedangkan  $Sig_{prob}$  0,05. Hal ini menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  ( $5,484 \geq 1,650$ ) atau  $Sig_{hitung} \leq Sig_{prob}$  ( $0,000 < 0,05$ ), atas dasar uji t tersebut maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima, artinya bahwa citra bank berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

### Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, penulis memberikan saran yang mungkin dapat menjadi bahan pertimbangan bagi PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Madiun ataupun bagi pihak-pihak lain. Adapun saran-saran tersebut diantaranya:

1. Bagi PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Madiun  
Bagi PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Madiun hendaknya mempertahankan citra bank dengan meningkatkan kualitas pelayanan, fasilitas produk maupun jasa bank. Karena citra bank yang dinilai positif dapat meningkatkan loyalitas nasabah pada PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Madiun.
2. Bagi Nasabah  
Nasabah harus selektif dalam memilih bank mana yang memiliki citra bank yang baik, apabila citra bank itu dinilai positif maka akan memberikan keuntungan bagi nasabah, dibandingkan nasabah yang memilih bank lain namun kualitas pelayanan serta fasilitas produk maupun jasa bank kurang baik.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya  
Diharapkan penelitian ini dapat dipakai sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya dan mampu menerapkan ilmu yang didapatkan untuk mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan

variabel-variabel lain serta peneliti dapat menambah variabel bebas (X), karena selain citra bank masih banyak faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah pada PT. Bank BRI Syariah Kantor Cabang Madiun.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Buchari, Alma. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Duwi, Priyatno. *Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate*. Yogyakarta: Gava Media.
- Fandy, Tjiptono. 2004. *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publising.
- Hamid, Darmadi. 2013. *Dimensi-Dimensi Metode Penelitian Pendidikan dan Sosial*. Bandung: Alfabeta.
- Hengky, Latan dan Selva, Temalagi. 2013. *Analisis Multivariate*. Alfabeta.
- Husein, Umar. 2011. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Imam, Ghozali. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Imam, Ghozali. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Istijanto. 2005. *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Jill, Griffin. 2005. *Customer Loyalty*. Jakarta: Erlangga.
- Juliansyah, Noor. 2011. *Metode Penelitian*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Ratih, Hurriyati. 2015. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Rosady, Ruslan. 2014. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. 2014. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Alfabeta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Etta Mamang, Sangadji dan Sopiah, M.M. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CVANDI.
- Syofian, Siregar. 2012. *Statistika Deskriptif untuk Penelitian*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.