

## DAMPAK DARI NILAI NASABAH DAN PENANGANAN KOMPLAIN TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA BANK SYARIAH INDONESIA

**Nur Rahmayani<sup>1)</sup> Mahrizal<sup>2)</sup> Husaini Abdullah<sup>3)</sup>**

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jabal Ghafur  
email : [nurrahmayaniani12@gmail.com](mailto:nurrahmayaniani12@gmail.com),

<sup>2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jabal Ghafur  
email : [mahrizal@unigha.ac.id](mailto:mahrizal@unigha.ac.id),

<sup>3</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jabal Ghafur  
email : [husaini@unigha.ac.id](mailto:husaini@unigha.ac.id)

Info Artikel	ABSTRAK
<p><i>Riwayat Artikel:</i> Diterima: 31-01-2024 Direvisi: 30-04-2024 Dipublikasikan: 05-05-2024</p>	<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “<b>Dampak dari Nilai Nasabah dan Penanganan komplain Terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Syariah Indonesia KC 1 Sigli Kabupaten Pidie</b>”. Dimana variabel independen yaitu Nilai nasabah (<math>X_1</math>) dan Penanganan komplain (<math>X_2</math>) dan Loyalitas nasabah (<math>Y</math>) sebagai variabel dependennya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berkunjung pada Bank Syariah Indonesia KC 1 Sigli Kabupaten Pidie. Sedangkan sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 100 responden. Analisis ini meliputi Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Analisis Regresi berganda Uji Asumsi Klasik, Uji Hipotesis melalui Uji F dan Uji t, serta analisis Koefisien Determinasi (<math>R^2</math>). Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh persamaan regresi: <math>Y = 3.838 + 0,422 X_1 + 0,426 X_2</math>. Nilai konstanta sebesar 3,838 artinya jika Nilai nasabah (<math>X_1</math>) dan Penanganan komplain (<math>X_2</math>) dianggap konstan, maka Loyalitas nasabah Pada Bank Syariah Indonesia KC 1 Sigli Kabupaten Pidie adalah sebesar 3,838 pada satuan skala likert, yang mengindikasikan bahwa Loyalitas nasabah (<math>Y</math>) Pada Bank Syariah Indonesia KC 1 Sigli Kabupaten Pidie sangat baik. Nilai koefisien regresi Nilai nasabah sebesar 0,422 dapat diartikan bahwa setiap 1% kenaikan Nilai nasabah (<math>X_1</math>), akan Loyalitas nasabah sebesar 42,2%.</p> <p><b>Kata kunci :</b> Nilai Nasabah, Penanganan Komplain, Loyalitas Nasabah</p>
<p><i>Nomor DOI</i> 10.47647/MAFEBIS.v2i2.590</p> <p><i>Cara Mensitasi :</i> Rahmayani, N, Mahrizal. Abdullah, H. 2024. Dampak Dari Nilai Nasabah Dan Penanganan Komplain Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia. 2(2), 57-70.</p>	

Article Info	ABSTRACT
<p>Article History :</p> <p>Received: 31-01-2024</p> <p>Revised: 30-04-2024</p> <p>Published: 05-05-2024</p>	<p><i>This research aims to determine "The impact of customer value and complaint handling on customer loyalty at Bank Syariah Indonesia KC 1 Sigli, Pidie Regency". Where the independent variables are customer value (X1) and complaint handling (X2) and customer loyalty (Y) as the dependent variables. The population in this study were consumers who visited Bank Syariah Indonesia KC 1 Sigli, Pidie Regency. Meanwhile, the sample taken in this research was 100 respondents. This analysis includes Validity Test, Reliability Test, Multiple Regression Analysis Classical Assumption Test, Hypothesis Testing via F Test and t Test, as well as Coefficient of Determination (R<sup>2</sup>) analysis. Based on the research results, the regression equation was obtained: <math>Y = 3,838 + 0.422 X1 + 0.426 X2</math>. A constant value of 3.838 means that if customer value (X1) and complaint handling (X2) are considered constant, then customer loyalty at Bank Syariah Indonesia KC 1 Sigli Pidie Regency is 3.838 on a Likert scale unit, which indicates that customer loyalty (Y) at the bank Indonesian Sharia KC 1 Sigli Pidie Regency is very good. The customer value regression coefficient value of 0.422 means that for every 1% increase in customer value (X1), customer loyalty will be 42.2%.</i></p> <p><b>Keywords:</b> Customer Value, Complaint Handling, Customer Loyalty</p>
<p>DOI Number :</p> <p>10.47647/MAFEBIS.v2i2.590</p>	
<p>How to cite :</p> <p>Rahmayani, N, Mahrizal. Abdullah, H. 2024. <i>The Impact Of Customer Value And Complaint Handling On Customer Loyalty In Indonesian Sharia Bank</i>. 2(2), 57-70.</p>	

## PENDAHULUAN

Nilai nasabah merupakan sebuah rasio dari manfaat yang didapat oleh nasabah dengan melakukan pengorbanan. Perwujudan pengorbanan yang dilakukan oleh nasabah sejalan dengan proses pertukaran adalah biaya transaksi, dan risiko untuk mendapatkan produk (barang dan jasa) yang ditawarkan oleh perusahaan pada nilai nasabah yang diberikan.

Nilai nasabah merupakan salah satu konsep pemasaran dalam membantu produk tersebut selangkah lebih maju dibandingkan dengan para pesaing. Kualitas nilai memainkan peran kunci dalam memantau apakah tujuan jangka panjang, menengah, dan pendek organisasi sesuai dengan aspirasi yang diinginkan. Tolak ukur nilai nasabah adalah lamanya waktu adopsi terhadap harapan dan kebutuhan nasabah dan banyaknya informasi yang diadopsi oleh perusahaan, untuk membangun nilai nasabah.

Penanganan komplain merupakan satu pernyataan atau ungkapan rasa kurang puas terhadap satu produk atau layanan, baik secara lisan maupun tertulis, dari nasabah internal maupun eksternal. Langkah pertama untuk mengatasi kesenjangan antara persepsi nasabah/pasien dan persepsi penyedia jasa pelayanan kesehatan/rumah sakit adalah mengidentifikasi/mengenal kebutuhan pasien. Langkah kedua mengidentifikasi faktor-faktor apa saja yang berpengaruh terhadap persepsi mutu pelayanan kesehatan. Rumah Sakit dalam memberikan pelayanan kesehatan, tidak terlepas dari adanya komplain yang terjadi antara pasien dan rumah sakit.

Komplain merupakan akibat situasi dimana keinginan atau kehendak yang berbeda atau berlawanan antara pasien dengan pihak rumah sakit, sehingga keduanya saling terganggu. Untuk itu komplain tersebut perlu diselesaikan dengan baik sehingga tidak melebar terlalu jauh dari pokok permasalahannya. Komplain ini terjadi karena ketidak cocokan antar nilai atau tujuan-tujuan yang ingin diharapkan oleh pasien terhadap pihak rumah sakit. Hal ini dapat membuat emosi atau stres yang mempengaruhi efisiensi kerja.

Penanganan komplain yang baik sebagai salah satu strategi dalam meningkatkan pelayanan dan mempertahankan hubungan jangka panjang dengan para nasabah. Penanganan komplain yang efektif tidak hanya penting dari sisi nasabah tetapi juga memberikan kontribusi yang signifikan dalam usaha meningkatkan mutu pelayanan dan dapat merupakan penghematan terhadap biaya yang harus dikeluarkan oleh organisasi. Penghematan yang dimaksud adalah penanganan yang baik terhadap keluhan sehingga dapat meningkatkan keterikatan terhadap

nasabah, menghindari publisitas negatif terhadap organisasi, menghindari risiko tuntutan hukum, menghemat waktu dan tenaga, memberikan informasi yang berharga untuk manajemen agar tanggap dalam menangani keluhan secara tepat dan efektif.

Loyalitas adalah satu sikap yang baik ketika diterapkan dalam kehidupan sosial. Loyalitas adalah komponen penting dari dalam organisasi, kelompok, atau hubungan antar individu. Inti dari loyalitas adalah kesetiaan dan dedikasi. Loyalitas adalah konsep yang berkaitan dengan komitmen dan dedikasi kepada orang lain. Wujud dari loyalitas adalah rasa hormat dan kepercayaan. Loyalitas adalah nilai berharga dalam kehidupan.

Loyalitas nasabah adalah puncak pencapaian pelaku bisnis perbankan. Nasabah yang puas dan setia tidak akan ragu untuk menjadi penyebar kabar baik yang selalu menyebarkan kebaikan mengenai produk perbankan yang di konsumsinya. Mereka memiliki kredibilitas yang tinggi, karena tidak di bayar oleh pihak manapun untuk merekomendasikan produk atau merek perbankan tersebut. Mempertahankan nasabah yang loyal memang harus mendapatkan prioritas yang utama dari pada mendapatkan nasabah baru, karena untuk merekrut atau mendapatkan nasabah baru bukanlah hal yang mudah karena akan memerlukan biaya yang banyak, maka sangatlah rugi bila perusahaan melepas nasabah yang telah loyal secara begitu saja.

Bank Syariah Indonesia adalah lembaga perbankan syariah yang berdiri pada 01 Februari 2021. Bank ini merupakan hasil merger anak perusahaan BUMN bidang perbankan diantaranya adalah Bank Syariah Mandiri, Bank BRI Syariah, dan Bank BNI Syariah. Keberadaan Bank Syariah Indonesia juga menjadi cerminan wajah perbankan Syariah di Indonesia yang modern, universal, dan memberikan kebaikan bagi alam.

Bank Syariah Indonesia KC 1 Sigli memiliki komitmen untuk memuaskan nasabah dengan meningkatkan layanan pada masyarakat. Dengan adanya fasilitas *electronic delivery channel* yang telah mendorong layanan perbankan menjadi relatif tak terbatas, baik dari segi waktu maupun jangkauan wilayah. Tingkat kepercayaan, keamanan, kemudahan penggunaan menjadi poin pertimbangan bagi nasabah untuk melakukan transaksi keuangan. Akan tetapi, yang paling berpengaruh untuk tingkat persaingan yang terjadi antar bank adalah faktor fasilitasi pelayanan jasa bank dalam memberikan kemudahan bertransaksi bagi nasabahnya. Kemudian, ketika faktor lain sudah memberikan hasil yang memuaskan bagi nasabah, maka selanjutnya yang dicari oleh nasabah adalah seberapa canggih dan banyaknya fasilitas yang memberikan kemudahan dalam bertransaksi. Kondisi ini dapat dimanfaatkan oleh pihak bank untuk terus melakukan inovasi terhadap kualitas pelayanan yang lebih baik lagi.

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah nilai nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Pada Bank Syariah Indonesia KC 1 Sigli Kabupaten Pidie.
2. Apakah penanganan komplain berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Pada Bank Syariah Indonesia KC 1 Sigli Kabupaten Pidie.
3. Variabel manakah yang paling berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Pada Bank Syariah Indonesia KC 1 Sigli Kabupaten Pidie.

### **Tujuan penelitian**

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh nilai nasabah terhadap loyalitas nasabah Pada Bank Syariah Indonesia KC 1 Sigli Kabupaten Pidie.
2. Untuk mengetahui pengaruh penanganan komplain terhadap loyalitas nasabah Pada Bank

Syariah Indonesia KC 1 Sigli Kabupaten Pidie.

3. Untuk mengetahui variabel yang paling berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Pada Bank Syariah Indonesia KC 1 Sigli Kabupaten Pidie.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Nilai Nasabah

Menurut Kotler dan Keller dalam jurnal (Stevani, 2019:3), nilai yang dipersepsikan pelanggan adalah selisih antara penilaian pelanggan yang prospektif atas semua manfaat dan biaya dari suatu penawaran terhadap alternatifnya. Total manfaat pelanggan (*total customer value*) adalah nilai moneter kumpulan manfaat ekonomi, fungsional dan psikologis yang diharapkan pelanggan dari suatu penawaran pasar yang disebabkan oleh produk, jasa, personel dan citra yang terlibat.

Menurut Woodruff dalam jurnal (Krisnanto, 2021:2) nilai nasabah adalah perbandingan antara benefit yang dirasakan konsumen dengan apa yang pelanggan bayar/*cost* untuk mendapatkan ataupun mengonsumsi barang itu, sehingga nilai nasabah adalah preferensi yang dirasakan pelanggan dan penilaian terhadap atribut produk dan beberapa konsekuensi yang muncul dari penggunaan produk untuk mencapai tujuan dan maksud pelanggan.

Nilai nasabah (*costumer value*) suatu tanggapan pada setiap nilai dan kualitas penawaran perusahaan lebih baik dari pada pesaing lain mampu meningkatkan liyalitas pelanggan, jika persepsi yang dirasakan oleh pelanggan meningkat maka semakin besar harapan perusahaan akan hubungan yang diharapkan terjadinya transaksi yang dilakukan pelanggan. Nilai bagi pelanggan dapat dilihat dari cerminan kualitas suatu produk, manfaat dan pengorbanan yang seminimal mungkin. Nilai bagi pelanggan merupakan salah satu faktor yang sangat mempengaruhi keputusan pembelian, (Musdalipa, 2020:5)

Menurut (Suryani, 2018:6) indikator yang digunakan dalam penelitiannya adalah sebagai berikut :

1. Produk dan layanan yang memuaskan
2. Karyawan bersikap ramah dan sopan
3. memberikan informasi tentang produk
4. Pelayanan (empati) yang memuaskan, menyediakan layanan penuh perhatian dan pribadi.
5. Pelayanan (berwujud) yang lebih baik, tidak seperti produk fisik, jasa tidak dapat dilihat, dirasakan, diraba, didengar, atau dibaui sebelum jasa itu dibeli.

### Penanganan Komplain

Komplain merupakan hal yang disampaikan oleh konsumen karena mereka merasakan adanya ketidaksesuaian atas jasa yang diterima dengan yang dijanjikan. Suatu pengaduan dan komplain bisa dijadikan kesempatan untuk perusahaan agar memperbaiki kesalahan yang ada. Dengan demikian, perusahaan dapat mengembangkan ide-ide yang baru, meningkatkan pemasaran ataupun pelayanan, (Fildza, 2019:4).

Menurut (Tjiptono, 2017:474) secara sederhana, komplain bisa diartikan sebagai ungkapan ketidakpuasan atau kekecewaan. Organisasi bisa mengumpulkan komplain pelanggan melalui sejumlah cara, diantaranya kotak saran, formulir komplain pelanggan, saluran telepon khusus, website, kartu komentar, survey kepuasan pelanggan dan *customer exit surveys*. Situasi ini dikenal dengan istilah "*Recovery Paradox*".

Penanganan komplain suatu usaha dari perusahaan yang mendorong pelanggan yang kecewa untuk melakukan pengaduan dan juga memampukan karyawan untuk memulihkan situasi saat itu juga, sehingga akan memperoleh pendapatan yang lebih tinggi dan laba yang lebih besar dibandingkan perusahaan-perusahaan yang tidak memiliki pendekatan sistematis untuk mengatasi kegagalan produk/pelayanan” (Kotler dan Keller, 2018:503)

Raudhatul (2018:57) dalam penelitiannya mengatakan indikator penanganan complain adalah sebagai berikut :

1. Memberikan kemudahan dalam pengajuan komplain/keluhan dari nasabah
2. Memiliki kemampuan untuk menyelesaikan permasalahan keluhan yang terjadi
3. Mendapatkan penanganan keluhan yang adil dan wajar dalam memecahkan permasalahan complain dari nasabah
4. Menyampaikan informasi keluhan nasabah dengan baik dan jelas
5. Mengetahui dan memahami keluhan yang disampaikan oleh nasabah

Penanganan komplain dapat mempengaruhi loyalitas nasabah. Apabila pelanggan merasa puas terhadap penanganan komplain perusahaan maka pelanggan akan semakin loyal terhadap perusahaan karena pelanggan merasa diutamakan dan diperhatikan oleh perusahaan.

### **Loyalitas Nasabah**

Loyalitas merupakan sesuatu yang timbul tanpa adanya paksaan tetapi timbul dengan sendirinya. Menurut Shopiah (2018:104) menyatakan bahwa : “Loyalitas lebih mengacu pada wujud perilaku unit-unit pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian secara terusmenerus terhadap barang atau jasa dari suatu perusahaan yang dipilih.”

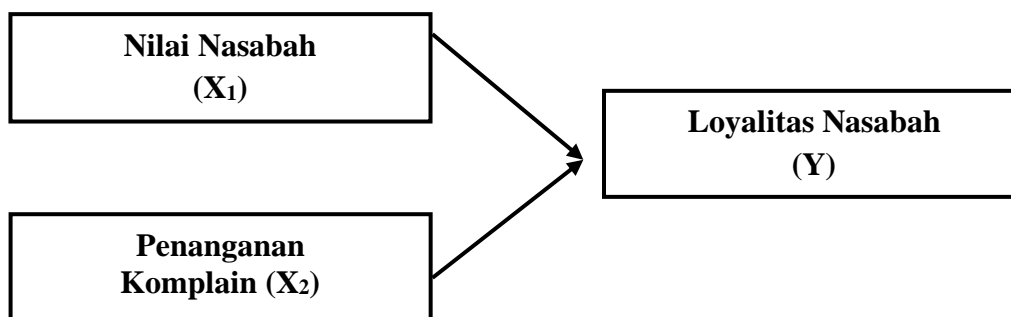
Sudah menjadi keharusan perusahaan melakukan kualitas pelayanan yang terbaik supaya mampu bertahan dan tetap menjadi kepercayaan pelanggan. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, pelanggan akan melakukan pembelian ulang hingga terciptanya loyalitas Pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan perusahaan. Menurut Arianto dalam jurnal Fakhurrizi (2023) kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan.

Menurut Griffin dalam jurnal Hanifah (2018:10) indikator dalam loyalitas nasabah adalah sebagai berikut :

1. Menjadi pilihan utama
2. Selalu setia untuk berlangganan
3. Menghubungi untuk berkonsultasi
4. Menceritakan hal-hal positif kepada orang lain
5. Mereferensikan kepada orang lain

### **Kerangka Pemikiran**

Setelah masalah penelitian dirumuskan, maka langkah kedua dalam proses penelitian (kuantitatif) adalah mencari teori-teori, konsep-konsep dan generalisasi-generalisasi hasil penelitian yang dapat dijadikan sebagai landasan teoritis untuk pelaksanaan penelitian (Sugiyono, 2015: 52). Maka penulis menjabarkan kerangka pikir Nilai nasabah (X1) Penanganan Komplain (X2) dan Loyalitas nasabah (Y). Selanjutnya dapat dirumuskan kerangka pemikiran untuk penelitian ini sebagai berikut :



**Gambar 1 Skema Karangka Pemikiran.**

### **Hipotesis**

Adapun yang menjadi hipotesis dalam penelitian ini diduga bahwa variabel nilai nasabah dan penanganan komplain dapat berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah Pada Bank Syariah Indonesia KC 1 Sigli Kabupaten Pidie Kabupaten Pidie.

## **METODE PENELITIAN**

### **Lokasi dan Objek Penelitian**

#### **Lokasi**

Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat kuantitatif. Penelitian dilaksanakan pada Nasabah Bank Syariah Indonesia KC 1 Sigli Kabupaten Pidie yang beralamat Jl. Prof. A. Majid Ibrahim Blok C No. 16-18, Kecamatan Kota Sigli, Kabupaten Pidie, Aceh.

Objek penelitian dalam penelitian ini memfokuskan tentang nilai nasabah dan penanganan komplain terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Indonesia KC 1 Sigli Kabupaten Pidie.

### **Populasi dan Sampel**

Pada penelitian ini, penulis menjadikan populasi adalah nasabah yang berkunjung pada Bank Syariah Indonesia KC 1 Sigli Kabupaten Pidie. Prosedur yang di gunakan untuk pengumpulan data adalah teknik *probability sampling*, yaitu Teknik *sampling* yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk di pilih untuk menjadi anggota sampel.

#### **Sampel**

Sampel merupakan bagian dari populasi yang ingin di teliti. Sampel di anggap sebagai perwakilan dari populasi yang hasilnya mewakili seluruh gejala yang di amati, (Sugiyono, 2017:72). Penarikan dengan sampel dilakukan mengingat keterbatasan waktu, tenaga, dan dana, menghadapi populasi yang begitu banyak.

Dengan demikian sampel yang diteliti dalam penelitian ini dibulatkan menjadi 100 orang responden.

### **Teknis Analisis Data**

Adapun metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat yaitu antara Nilai nasabah (X1) dan Penanganan komplain

(X2) terhadap Loyalitas nasabah (Y) dengan menggunakan program SPSS Versi 21. Uji hipotesis linier menurut Sudijiono (2018: 65) dengan rumus adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

- Y = Loyalitas nasabah
- a = bilangan konstanta
- b<sub>1</sub> = koefisien regresi
- b<sub>2</sub> = koefisien regresi
- X<sub>1</sub> = Nilai Nasabah
- X<sub>2</sub> = Penanganan komplain
- e = kesalahan pengganggu (standar error)

### Pengujian Hipotesis

Untuk melihat hubungan antara jumlah Loyalitas nasabah dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya yaitu nilai nasabah, dan penanganan komplain secara parsial, dilakukan dengan uji signifikan koefisien parsial.

Uji t

1. Jika t hitung lebih besar ( > ) dari t tabel pada signifikan 5% berarti variabel bebas (X) yaitu Nilai nasabah dan penanganan komplain berpengaruh nyata terhadap loyalitas nasabah (Y).
2. Jika t hitung lebih kecil ( < ) dari t tabel pada signifikan 5% berarti variabel bebas (X) yaitu Nilai nasabah dan penanganan komplain tidak berpengaruh nyata terhadap loyalitas nasabah (Y).

Untuk mengetahui hubungan antara jumlah loyalitas nasabah pada Bank Syariah Indonesia KC 1 Sigli Kabupaten Pidie dengan faktor-faktor yang mempengaruhinya yaitu nilai nasabah dan penanganan komplain secara simultan (serentak) dilakukan.

Uji F

1. Jika F hitung lebih besar ( > ) dari F tabel pada signifikan 5% berarti variabel bebas (X) yaitu Nilai nasabah dan penanganan komplain berpengaruh nyata terhadap jumlah loyalitas nasabah (Y).
2. Jika F hitung lebih kecil ( < ) dari F tabel pada signifikan 5% berarti salah satu dari variabel bebas (X) yaitu nilai nasabah dan penanganan komplain tidak berpengaruh nyata terhadap jumlah loyalitas nasabah (Y).

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### Pengujian Validitas dan Reliabilitas

#### Hasil Uji Validitas

Teknik pengujian validitas data menggunakan teknik korelasi *product moment* dari pearson dengan tingkat signifikan % untuk mengetahui keeratan pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat . Uji validitas adalah untuk melihat kebenaran dari hasil jawaban responden dengan menbanding koefisien korelasi dengan nilai kritis. Apabila nilai total *pearson correlation* > atau probabilitas kurang dari nilai r-tabel, maka item tersebut *valid*. Dalam penelitian ini berdasarkan hasil uji validitas data, diperoleh rata-rata kuesioner yang diajukan dalam katagori valid. Uji validitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Berdasarkan hasil pengujian validitas data, dapat dijelaskan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini, baik variabel independen maupun variabel dependen dinyatakan valid, karena mempunyai koefisien korelasi ( $r$ -hitung) diatas nilai kritis korelasi *product moment* ( $r$ -tabel), dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua koesioner yang diberikan pernyataan oleh responden dapat dilanjutkan untuk pengolahan selanjutnya, artinya pernyataan tersebut semua valid.

### Hasil Pengujian Reliabilitas

Reliabilitas (keandalan) merupakan suatu ukuran kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan item-item pernyataan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam bentuk kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan rilibel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah kunsisten atau stabil dari waktu ke waktu dan dapat menunjukkan hasil yang sama jika dilakukan kepada orang yang berbeda dan waktu yang berbeda. Suatu variabel dinyatakan Reliabel jika memberikan nilai cronbach Alpha lebih besar dari 0,60. Dibawah ini disajikan tabel 4.6 hasil reliabilitas dengan bantuan SPSS Versi 26 diperoleh sebagai berikut.

**Tabel 1. Hasil Pengujian Reliabilitas**

No	Variabel	Jumlah Item	Nilai Alpha	Keterangan
1.	Nilai nasabah	5	0.724	<b>Handal</b>
2.	Penanganan komplain	5	0.614	<b>Handal</b>
3.	Loyalitas nasabah	5	0.630	<b>Handal</b>

Dari tabel 4.6 di atas maka dapat diketahui *Cronbach Alpha* masing-masing variabel penelitian lebih besar dari 0,60. Dengan demikian, kuesioner yang digunakan untuk pengumpulan data yang berhubungan dengan variabel-variabel yang diteliti dinilai sudah menunjukkan ketepatan, keakuratan atau konsistensi alat tersebut dalam mengungkapkan gejala yang berhubungan dengan variabel-variabel yang terkait dan variable tersebut dapat dilanjutkan untuk pengolahan data regresi.

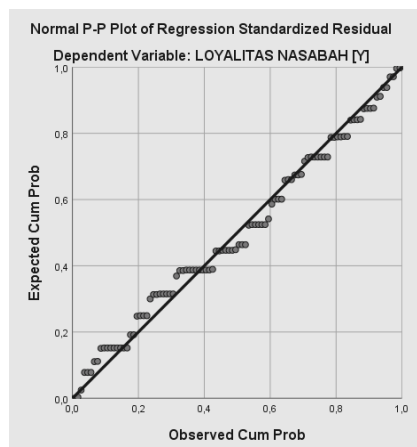
### Hasil Pengujian Asumsi Klasik

#### Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji data dari sampel yang diambil normal ataupun tidak.sampel yang difokuskan dalam penelitian terlihat semuanya aktif dan berfungsi dalam memberikan pernyataan melalui kuesioner yang diberikan. Residual variabel yang terdistribusi normal yang terletak disekitar garis horizontal (tidak terpisah jauh dari diagonal).Berdasarkan *P-plot* pada lampiran menunjukkan sebaran *standardized residual* berada dalam kisaran garis diagonal. Metode yang lebih handal adalah dengan melihat normal *probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal, yaitu sebagaimana terlihat pada gambar 4.1 dibawah ini.



**Gambar 2. Normalitas P-P Plot Regression (Uji Normalitas)**



Berdasarkan Gambar 4.1, dapat dilihat bahwa garis yang menggambarkan data sesungguhnya mengikuti garis diagonal. Dengan demikian dapat diartikan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini terdistribusi secara normal.

Pengujian normalitas juga dapat dilakukan dengan menggunakan teknik *Kolmogorov Smirnov*. Pada pengujian *Kolmogorov Smirnov* nilai Asymp Sig. (2-tailed) yang diisyaratkan adalah di atas 0,05.

### Hasil Uji Multikolinearitas

Gejala multikolineritas menunjukkan terjadinya hubungan yang signifikan antara sesama variabel independen. Regresi linier berganda mengisyaratkan tidak adanya gejala tersebut. hal ini disebabkan, apabila terjadi gejala multikolineritas, maka perubahan suatu variabel independen tidak hanya berdampak perubahan variabel independen lainnya, sehingga besarnya pengaruh masing-masing variabel independen sulit diketahui secara pasti. Untuk mengetahui ada atau tidaknya gejala multikolineritas dilihat dari nilai *tolerance* dan VIF seperti terlihat dalam tabel 4.8 sebagai berikut:

**Tabel 3. Nilai VIF Variabel Independen**

No	Variabel	<i>Tolerance</i>	Nilai VIF	Keterangan
1.	Nilai nasabah	0,594	1,683	Non Multikolinearitas
2.	Penanganan komplain	0,594	1,683	Non Multikolinearitas

Sumber: Output SPSS Versi 26 2023 (Diolah)

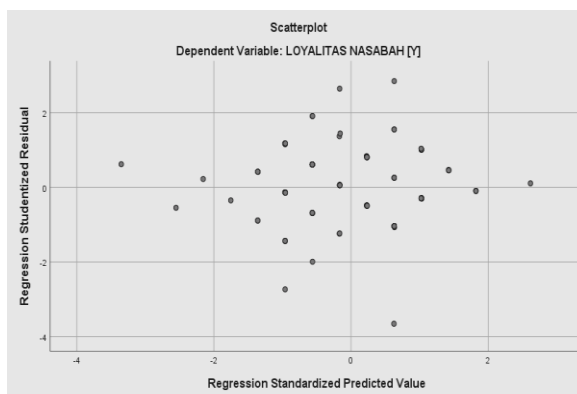
Berdasarkan tabel 4.8 di atas dapat dilihat pada nilai *tolerance* dari kedua variabel yang lebih besar dari 0,1. Hasil penghitungan VIF juga menunjukkan bahwa nilai VIF masing-masing variabel kurang dari 10. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak adanya pengaruh multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi.

### Hasil Uji Heteroskedastisitas

Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan melihat ada atau tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot*. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengidentifikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-

titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil pengolahan data menunjukkan grafik *scatterplot* seperti terlihat pada gambar berikut ini :

**Gambar 3. Hasil Uji Heterokedastisitas**



Berdasarkan hasil pengujian seperti terlihat pada Gambar 4.2 di atas dapat dijelaskan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas, seperti yang telah dikemukakan sebelumnya atau dengan kata lain sesuai dengan pendapat sebelumnya.

#### **Dampak Dari Nilai Pelanggan dan Penanganan Komplain Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia KC 1 Sigli Kabupaten Pidie**

Untuk mengetahui analisis nilai nasabah dan Penanganan komplain terhadap loyalitas nasabah, maka digunakan metode regresi linier berganda. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi masing-masing variabel seperti terlihat dalam bagian output SPSS Versi 26 di bawah ini.

**Tabel 4. Pengaruh Masing-masing Variabel Independen Terhadap Variabel Dependen**

Nama Variabel	B	Standar Error	Beta	t <sub>hitung</sub>	t <sub>tabel</sub>	Sign
Konstanta	3,838	1,205		3,185	1,660	,002
Nilai nasabah (X <sub>1</sub> )	,422	,069	,469	6,082	1,660	,000
Penanganan complain (X <sub>2</sub> )	,426	,077	,427	5,530	1,660	,000
Koefisien Korelasi (R) = .811 <sup>a</sup>						
Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) = .657						
Adjusted R Squares = .650						
F <sub>hitung</sub> = 92.955						
F <sub>tabel</sub> = 3.09						
Sign F = 0,000						

Sumber: Data Primer Penelitian Diolah, (2023)

Dari output SPSS Versi 26 diatas dengan dipergunakan model regresi berganda, dapat difungsikan dalam bentuk persamaan sebagai berikut:

$$Y = 3.838 + 0,422 X_1 + 0,426 X_2$$

Dari persamaan regresi linear berganda di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 3,838 artinya jika Nilai nasabah (X<sub>1</sub>) dan Penanganan komplain (X<sub>2</sub>) dianggap konstan, maka Loyalitas nasabah Pada Bank Syariah Indonesia KC 1 Sigli

- Kabupaten Pidie adalah sebesar 3,838 pada satuan skala likert, yang mengindikasikan bahwa Loyalitas nasabah (Y) Pada Bank Syariah Indonesia KC 1 Sigli Kabupaten Pidie sangat baik.
2. Nilai koefisien regresi Nilai nasabah sebesar 0,422 dapat diartikan bahwa setiap 1% kenaikan Nilai nasabah ( $X_1$ ), akan Loyalitas nasabah sebesar 42,2%. Ini berarti terjadi peningkatan Loyalitas nasabah Pada Bank Syariah Indonesia KC 1 Sigli Kabupaten Pidie.
  3. Nilai koefisien regresi Penanganan komplain sebesar 0,426 dapat diartikan bahwa setiap 1% kenaikan Penanganan komplain ( $X_2$ ) akan meningkatkan Loyalitas nasabah sebesar 42,6%. Ini berarti terjadi peningkatan Loyalitas nasabah Pada Bank Syariah Indonesia KC 1 Sigli Kabupaten Pidie.

Berdasarkan hasil analisis diatas dapat disimpulkan bahwa dari kedua variabel yang diteliti, ternyata variabel penanganan komplain ( $X_2$ ) mempunyai pengaruh yang paling dominan sebesar 42,6% terhadap Loyalitas nasabah Pada Bank Syariah Indonesia KC 1 Sigli Kabupaten Pidie.

Hubungan antara variabel dependen dan independen yaitu masing-masing variabel Nilai nasabah ( $X_1$ ) dan Penanganan komplain ( $X_2$ ) terhadap Loyalitas nasabah Pada Bank Syariah Indonesia KC 1 Sigli Kabupaten Pidie dengan indeks korelasi sebesar 81,1% Ini berarti hubungan tersebut sangat kuat.

Kemudian indeks determinasi masing-masing variabel Pengembangan variabel Nilai nasabah ( $X_1$ ) dan Penanganan komplain ( $X_2$ ) sebesar 65,7% ini berarti berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas nasabah Pada Bank Syariah Indonesia KC 1 Sigli Kabupaten Pidie dan sebesar 34,3% yang dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### Hasil Uji Hipotesis

#### Hipotesis Secara Silmultan (Uji F)

Pengujian hipotesis secara simultan dilakukan untuk membuktikan bahwa benar adanya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sebagai mana sudah dijelaskan di atas. Untuk lebih jelas hasil Uji – F dapat dilihat pada Tabel 4.10 berikut :

**Tabel 5. Hasil Pengujian Secara Simultan (Uji-F)**

ANOVA <sup>a</sup>							
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.	F <sub>tabel</sub>
1	Regression	112,574	2	56,287	92,955	.000 <sup>b</sup>	3.09
	Residual	58,736	97	,606			
	Total	171,310	99				

**Sumber:** Data Output SPSS VERSI 26, 2023 (Diolah).

Dari hasil perhitungan pada Tabel 4.9 di atas, diperoleh  $F_{hitung}$  95.955 dengan tingkat probabilitas 0,00, sedangkan  $F_{tabel}$  sebesar 3,09. Karena probabilitas jauh lebih kecil dari 0,05.  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  maka dapat dikatakan bahwa variabel loyalitas nasabah dipengaruhi secara simultan (bersama-sama) oleh nilai nasabah dan Penanganan komplain.

#### Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Hasil pengujian hipotesis secara partial menunjukkan bahwa adanya pengaruh masing-masing variabel nilai nasabah ( $X_1$ ) dan Penanganan komplain ( $X_2$ ) terhadap loyalitas nasabah (Y), maka dilakukan pembuktian dengan Uji Statistik secara parsial (uji t) dengan dmikian maka dapat disimpulkan bahwa variabel yang dimasukkan kedalam metode regresi secara parsial dapat dijelaskan pada persamaan regresi berikut:

**Tabel6. Hasil Pengujian Secara Simultan (Uji-t)**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3,838	1,205		3,185	.002
Nilai nasabah	,422	,069	,469	6,082	.000
Penanganan komplain	,426	,077	,427	5,530	.000

Sumber: Output SPSS Versi 26 2023 (Diolah)

1. Hasil penelitian terhadap pengaruh nilai nasabah ( $X_1$ ) diperoleh nilai  $t_{hitung}$  6,082 sedangkan untuk nilai  $t_{tabel}$  1,660. Karena nilai ( $t_{hitung} > t_{tabel}$ ) dengan tingkat signifikan sebesar 0.044 lebih kecil dari 0,05 ( $0.044 < 0.05$ ) dapat disimpulkan bahwa nilai nasabah memiliki pengaruh secara parsial dan signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y).
2. Selanjutnya hasil penelitian terhadap pengaruh Penanganan komplain ( $X_2$ ) diperoleh nilai  $t_{hitung}$  5,530 sedangkan untuk nilai  $t_{tabel}$  1,660. Karena nilai ( $t_{hitung} > t_{tabel}$ ) dengan probabilitasnya sebesar 0.000 lebih kecil dari 0,05 ( $0.000 < 0.05$ ) dapat diartikan bahwa penanganan komplain ( $X_2$ ) memiliki pengaruh secara parsial dan signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y).

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah diuraikan di atas maka dapat di ambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta sebesar 3,838 artinya jika Nilai nasabah ( $X_1$ ) dan Penanganan komplain ( $X_2$ ) dianggap konstan, maka Loyalitas nasabah Pada Bank Syariah Indonesia KC 1 Sigli Kabupaten Pidie adalah sebesar 3,838 pada satuan skala likert, yang mengindikasikan bahwa Loyalitas nasabah (Y) Pada Bank Syariah Indonesia KC 1 Sigli Kabupaten Pidie sangat baik.
2. Nilai koefisien regresi Nilai nasabah sebesar 0,422 dapat diartikan bahwa setiap 1% kenaikan Nilai nasabah ( $X_1$ ), akan Loyalitas nasabah sebesar 42,2%. Ini berarti terjadi peningkatan Loyalitas nasabah Pada Bank Syariah Indonesia KC 1 Sigli Kabupaten Pidie.
3. Nilai koefisien regresi Penanganan komplain sebesar 0,426 dapat diartikan bahwa setiap 1% kenaikan Penanganan komplain ( $X_2$ ) akan meningkatkan Loyalitas nasabah sebesar 42,6%. Ini berarti terjadi peningkatan Loyalitas nasabah Pada Bank Syariah Indonesia KC 1 Sigli Kabupaten Pidie
4. Dari hasil perhitungan  $F_{hitung}$  95.955 dengan tingkat probabilitas 0,00, sedangkan  $F_{tabel}$  sebesar 3,09. Karena probabilitas jauh lebih kecil dari 0,05.  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  maka dapat dikatakan bahwa variabel loyalitas nasabah dipengaruhi secara simultan (bersama-sama) oleh nilai nasabah dan Penanganan komplain.
5. Hasil penelitian terhadap pengaruh nilai nasabah ( $X_1$ ) diperoleh nilai  $t_{hitung}$  6,082 sedangkan untuk nilai  $t_{tabel}$  1,660. Karena nilai ( $t_{hitung} > t_{tabel}$ ) dengan tingkat signifikan sebesar 0.044 lebih kecil dari 0,05 ( $0.044 < 0.05$ ) dapat disimpulkan bahwa nilai nasabah memiliki pengaruh secara parsial dan signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y).
6. Selanjutnya hasil penelitian terhadap pengaruh Penanganan komplain ( $X_2$ ) diperoleh nilai  $t_{hitung}$  5,530 sedangkan untuk nilai  $t_{tabel}$  1,660. Karena nilai ( $t_{hitung} > t_{tabel}$ ) dengan probabilitasnya sebesar 0.000 lebih kecil dari 0,05 ( $0.000 < 0.05$ ) dapat diartikan bahwa penanganan komplain ( $X_2$ ) memiliki pengaruh secara parsial dan signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y)

## Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada Dinas Lingkungan Hidup maka dapat disarankan beberapa hal sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian terhadap variabel nilai nasabah memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah, maka disarankan kepada pihak perusahaan untuk memperhatikan nilai nasabah agar dapat meningkatkan loyalitas nasabah Pada Bank Syariah Indonesia KC 1 Sigli Kabupaten Pidie.
2. Sebaiknya, pihak manajemen perusahaan lebih memperhatikan apa saja yang dapat menunjang loyalitas nasabah seperti nilai nasabah dan penanganan komplain serta faktor-faktor lain, agar nasabah akan merasa puas terhadap apa yang disediakan oleh perusahaan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agung Budi Santoso, 2018, *Tutorial & Solusi Data Regresi, P.* Penerbit Agung Budi Santoso:Jakarta.
- Arikunto,S. 2018. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Atmaja, J. (2018). *Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas pada Bank BJB*. Jurnal Ecodemica: Jurnal Ekonomi, 49-63.
- Ellena Nurfazria Handayani, 2022. *Pengaruh nilai pelanggan dan pengalaman pelanggan terhadap kepuasan konsumen Telkomsel*. Universitas Darma Persada. Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan Volume 4, Number 7, 2022
- Ernani Hadiyati 2019. *Kreativitas dan Inovasi Berpengaruh Terhadap Kewirausahaan Usaha Kecil*. Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan, Vol.13, No.1, Maret 2019:8-16.
- Fakhrurrazi, dkk. (2023). *Peran Dimensi Kualitas Dan Keputusan Terhadap Loyalitas Pasien Pada Rumah Sakit Citra Husada*. 1, 14–28. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jabal Ghafur. Sigli.
- Hajar Zulfa Hanifah, 2018. *Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Pada Pengguna Kartu Seluler Di Kota Bandung)*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Bandung. ISSN: 2460-6561
- I Made Meta Agistia, 2019. *Pengaruh kualitas layanan dan nilai pelanggan Terhadap loyalitas pelanggan*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis UniversitasvUdayana, Bali, Indonesia. E-Jurnal Manajemen, Vol. 8, No. 1, 2019: 7219 – 7252
- Kurniyawati, Endah. 2020, *Pengaruh Kualitas Layanan dan Penanganan Keluhan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus BPRS Suriyah Cabang Salatiga)*. Ekonomi dan perbankan syariah, Institut Agama Islam Negeri Salatiga.
- Malhotra, Naresh K. 2018. *Riset Pemasaran (Marketing Research)* (Edisi 4 Jilid 1). New Jersey, Indonesia: PT. Indeks.

- Musdalipa, 2020. *Pengaruh Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Kualitas Produk Pada Loyalitas Pelanggan HP Oppo di Kota Palopo*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Palopo.
- Rini Martiwi, 2019. *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Penanganan Komplain Terhadap Kepuasan Serta Loyalitas Pelanggan Pada Auto 2000 Cabang Ciledug Jakarta*. Universitas Bina Sarana Informatika. Vol 17 No.1 Maret 2019
- Stevani Korentia Sebayang, 2019. *Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepuasan Pelanggan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Kedai Kopi Online di Kota Medan*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sumatera Utara. urnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia Volume 02, Nomor 02, Bulan Maret 2019
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy, 2017, *Strategi Pemasaran, Edisi 4*, Yogyakarta: Andi. Website. Industri. Makanan dan. Minuman, diakses. 4. Maret. 2020,.