

## Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Sumut Unit Usaha Syariah Kota Medan

Anggi Mega Utama

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

### ARTICLE INFO

#### *Article history:*

Received: 4 Februari 2025

Revised: 15 Februari 2025

Accepted: 5 Maret 2025

*Keywords:* Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Loyalitas Nasabah

### ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan (1) untuk mengetahui kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Sumut Unit Usaha Syariah Kota Medan, (2) untuk mengetahui kualitas produk terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Sumut Unit Usaha Syariah Kota Medan, dan (3) untuk menganalisis secara simultan pengaruh pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Sumut Unit Usaha Syariah Kota Medan. Lokasi penelitian dilaksanakan di Jl. Imam bonjol No.15, kota Medan, provinsi Sumatra Utara. Metode penelitian ini adalah kuantitatif, dengan bantuan software SPSS 27. Berdasarkan kuesioner yang disebarakan kepada responden sebanyak 98 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh dan tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah sebesar 14,5%. Kemudian kualitas produk memiliki pengaruh dan signifikan terhadap loyalitas nasabah sebesar 34,4%. Sedangkan secara simultan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh dan signifikan terhadap loyalitas nasabah sebesar 8,9% sedangkan sisanya sebesar 91,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam variabel penelitian.

This study aims (1) to determine the quality of service on customer loyalty of PT. Bank Sumut Sharia Business Unit of Medan City, (2) to determine the quality of products on customer loyalty of PT. Bank Sumut Sharia Business Unit of Medan City, and (3) to simultaneously analyze the influence of service quality and product quality on customer loyalty of PT. Bank Sumut Sharia Business Unit of Medan City. The location of the study was carried out at Jl. Imam Bonjol No. 15, Medan City, North Sumatra Province. This research method is quantitative, with the help of SPSS 27 software. Based on the questionnaire distributed to 98 respondents, it shows that service quality has no influence and is not significant on customer loyalty of 14.5%. Then product quality has an influence and is significant on customer loyalty of 34.4%. While simultaneously shows that service quality and product quality have an influence and are significant on customer loyalty of 8.9% while the remaining 91.1% is explained by other variables not included in the research variables.

*This is an open-access article under the [CC BY-NC](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/) license.*



#### *Corresponding Author:*

**Anggi Mega Utama**

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Jl. Kapt. Mukhtar Basri No. 3 Medan, 20238 Sumatera Utara, Indonesia

Email: [anggimega2003@icloud.com](mailto:anggimega2003@icloud.com)

## PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis di Indonesia, khususnya di sektor jasa keuangan saat ini mengalami peningkatan. Ada banyak perusahaan yang melayani jasa keuangan, mulai dari perbankan, koperasi, hingga lembaga pembiayaan lainnya. Dengan banyaknya perusahaan yang bergerak di sektor jasa keuangan mengakibatkan persaingan yang sangat ketat sehingga menuntut perusahaan untuk memberikan kualitas pelayanan yang baik agar nasabah bersedia untuk menggunakan fasilitas dan produk layanan yang ada di perusahaan tersebut. Salah satu perusahaan yang bergerak di sektor jasa keuangan adalah perusahaan perbankan. Menurut undang-undang nomor 10 tahun 1998, bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya dalam meningkatkan taraf hidup orang banyak. Bank di Indonesia dibagi menjadi dua kategori utama yaitu, bank umum dan bank daerah. Bank umum merupakan lembaga keuangan yang menawarkan berbagai layanan perbankan secara luas dan melayani nasabah individu, perusahaan, dan lembaga. Sedangkan bank daerah, merupakan bank yang didirikan oleh pemerintah daerah tertentu, dengan fokus pada pengembangan ekonomi lokal. Salah satu bank daerah yang ada di Indonesia adalah bank pembangunan daerah Sumatra utara. (ojk.go.id, n.d.)

Bank pembangunan daerah Sumatra Utara (BPDSU). Didirikan pada tanggal 04 November 1961 dalam bentuk perseroan terbatas dan diubah menjadi Bank Umum Milik Pemerintah (BUMD). Berdasarkan UU No. 13 Tahun 1962 tentang pokok bank pembangunan daerah. Namun pada tanggal 16 April 1999 dengan perda No. 2/1999 bentuk badan hukum diubah menjadi PT. Bank Sumut. PT. Bank Sumut merupakan salah satu alat atau kelengkapan otonomi daerah dibidang perbankan yang mempunyai fungsi sebagai penggerak dan pendorong laju pembangunan di daerah, bertindak sebagai pemegang kas daerah sebagai salah satu sumber pendapatan daerah dengan melakukan kegiatan usaha sebagai bank umum. Di Sumatra Utara, mayoritas penduduknya adalah umat Islam. Oleh karena itu, PT. Bank Sumut melakukan survei di delapan kota Sumatra Utara, untuk mengetahui minat masyarakat dalam layanan dan produk perbankan syariah. Dari hasil survei yang dilakukan menunjukkan bahwa minat masyarakat terhadap pelayanan Bank Syariah cukup tinggi yaitu mencapai 70% untuk tingkat ketertarikan diatas 50%. (banksumut.co.id/, 2022). Atas dasar hal ini, pada tanggal 04 November 2004 PT. Bank Sumut membuka Unit Usaha Syariah Medan dan kantor cabang syariah padang sidempuan sesuai izin dari BI NO.6/DPIP/PRZ/Mdn tanggal 18 oktober 2004. Sejalannya waktu sampai tahun 2024 ini Bank Sumut Unit Usaha Syariah telah memiliki 22 kantor operasional yang terdiri dari 5 kantor cabang dan 17 kantor cabang pembantu yang tersebar di kota-kota besar lainnya di Sumatra Utara. PT. Bank Sumut Unit Usaha Syariah selalu berkomitmen untuk memberikan kualitas pelayanan yang baik dan menawarkan produk sesuai dengan prinsip syariah yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan nasabah dan menciptakan nasabah yang loyalitas.

Kualitas pelayanan yang baik merupakan bentuk perhatian perusahaan kepada nasabah. Pelayanan merujuk pada berbagai aktivitas, kegiatan, atau manfaat yang diberikan oleh suatu pihak penyedia layanan atau jasa pada pihak lainnya selaku konsumen atau nasabah. (Nasution & Frimayasa, 2022) Selain kualitas pelayanan, terdapat faktor kualitas produk yang memiliki peranan penting untuk memenuhi kebutuhan nasabah, ada 8 (delapan) poin yang mendefinisikan kualitas produk yang dapat dijadikan standar pengukuran, yaitu: performance, performance reliability, compliance, durability, usability, estetika, dan perceived quality. Jika nasabah menganggap parameter-parameter tersebut baik, maka mereka akan menganggap produk tersebut berkualitas baik. Semakin berkualitas produk yang diberikan perusahaan kepada nasabah tentu akan meningkatkan loyalitas nasabah. (Lestari & Iskandar, 2021) Tingkat loyalitas nasabah dapat diketahui dengan berbagai dimensi pengukuran yang digunakan. Loyalitas nasabah merupakan suatu cara dibentuknya perilaku nasabah yang kemudian mengalami pelayanan serta mengetahui produk apa saja yang ditawarkan yang menggambarkan adanya ikatan jangka panjang yang terikat antara bank dengan nasabah. (Jauhariyah & Setiawaty, 2023) Berdasarkan pada penelitian yang dilakukan oleh (Nasution & Frimayasa, 2022) yang menyatakan bahwa kualitas layanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Penelitian ini juga didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh (Jauhariyah & Setiawaty, 2023) yang menyatakan bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas. Namun kedua penelitian tersebut terdapat kesenjangan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Putra & Hasmawaty, 2022) hasil penelitian tersebut

menyatakan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nasabah tabungan prioritas Bank Negara Indonesia. Dari kesenjangan ini, maka perlu penelitian lebih lanjut untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas nasabah. Salah satu Unit Usaha yang mengedepankan kualitas pelayanan adalah PT. Bank Sumut Unit Usaha Syariah.

PT. Bank Sumut Unit Usaha Syariah telah menyediakan layanan pengaduan sebagai bentuk komitmen untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah. Data pengaduan yang diterima mencakup berbagai aspek, seperti masalah transaksi, layanan perbankan, hingga keluhan terkait produk yang ditawarkan. Setiap pengaduan yang masuk dicatat dan dianalisis secara terperinci untuk memastikan penyelesaian yang cepat dan tepat sasaran. Melalui pengelolaan data pengaduan ini, PT. Bank Sumut Unit Usaha Syariah juga dapat mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki guna meningkatkan pengalaman nasabah serta membangun kepercayaan masyarakat terhadap layanan perbankan yang diberikan. Banyaknya jumlah pengaduan nasabah dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel.1. Jumlah Nasabah PT.Bank Sumut Unit Usaha Syariah Tahun 2020-2023**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Pengaduan Nasabah</b>
<b>2020</b>	<b>293</b>
<b>2021</b>	<b>350</b>
<b>2022</b>	<b>415</b>
<b>2023</b>	<b>725</b>

Sumber. <https://www.banksumut.co.id/>

Dari tabel 1.1 dapat diketahui bahwa pengaduan nasabah PT.Bank Sumut Unit Usaha Syariah Kota Medan dari tahun 2020-2023 semakin meningkat. Selisih pengaduan mencapai 432. Adapun permasalahan yang dihadapi pada umumnya, nasabah ingin mendapatkan pelayanan yang praktis dan cepat namun, terkendala dengan padatnya bank hall, terbatasnya pelayanan jumlah teller yang menyebabkan antrian, mesin ATM yang jarang ditemukan, Nasabah ingin mendapatkan produk syariah sesuai dengan kebutuhan. Berdasarkan pada pemaparan teori dan data yang telah ada disertai dengan adanya kesenjangan penelitian, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dan melakukan pengembangan terhadap penelitian terdahulu untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan dan kualitas produk mempengaruhi loyalitas nasabah.

## **KAJIAN TEORI**

### **1. Unit Usaha Syariah**

Undang-undang perbankan syariah No.21 Tahun 2008 menyatakan bahwa perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang bank syariah dan unit usaha syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan usaha serta cara dan proses dalam melaksanakan kegiatan usahanya. Perbankan syariah merupakan suatu lembaga yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, yaitu di dalam transaksi yang dilakukan bank dengan nasabahnya tercantum di dalam perjanjian (akad) yang berdasarkan hukum Islam. Hal ini menjadi pembeda antara bank konvensional dengan bank syariah, jika bank konvensional prinsip dasar operasionalnya menggunakan sistem bunga, sedangkan bank syariah menggunakan prinsip bagi hasil karena sistem bunga diyakini mengandung unsur riba yang diharamkan oleh agama Islam. Bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri dari atas Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), dan Bank Modal Kerja Rakyat Syariah (BPRS). (Ludiman & Mutmainah, 2020)

Bank syariah di Indonesia mulai berkembang secara signifikan pasca keluarnya UU No.10 Tahun 1998 sebagai amandemen dari UU No.7 Tahun 1992. UU No.10 Tahun 1998 menjadikan semakin kuatnya landasan hukum bank syariah di Indonesia. Dalam undang undang tersebut diatur dengan rinci landasan hukum serta jenis-jenis usaha yang dapat dioperasikan dan di implementasikan oleh bank syariah di Indonesia. Undang-undang tersebut juga mengarahkan bahwa bank umum konvensional boleh beroperasi berdasarkan prinsip syariah dengan membuka Unit Usaha Syariah (UUS) Unit Usaha Syariah

(UUS) merupakan unit usaha syariah yang masi dibawah pengelolaan bank konvensional yang merupakan unit kerja dari kantor pusat bank konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor atau unit yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah atau unit kerja dikantor cabang dari suatu bank yang berkedudukan diluar negri yang melaksanakan kegiatan usahanya secara konvensional yang berfungsi sebagai kantor induk dari kantor cabang pembantu syariah atau unit syariah. Dari pengertian diatas dapat kita pahami bahwa UUS merupakan unit usaha yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah islam yang dikelola oleh Bank Umum Konvensional. Hal ini terwujud melalui adanya Undang-undang No.10 Tahun 1998 sebagai amandemen UU No.7 Tahun 1992. Dalam Undangundang tersebut disebutkan bahwa bank umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan/atau berdasarkan prinsip syariah dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Kegiatan Usaha UUS dalam pasal 19 ayat (2), sebagai berikut:

- 1) Melakukan kegiatan valuta asing berdasarkan prinsip syariah.
- 2) Melakukan kegiatan dalam pasar modal sepanjang tidak bertentangan dengan prinsip syariah dan ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang pasar modal.
- 3) Melakukan kegiatan penyertaan modal sementara untuk mengatasi akibat kegagalan Modal Kerja berdasarkan prinsip syariah, dengan syarat harus menarik kembali penyertaannya. Yang dimaksud dengan penyertaan modal sementara adalah penyertaan modal bank umum syariah, antara lain berupa pembelian saham atau konversi Modal Kerja menjadi saham dalam perusahaan nasabah untuk mengatasi kegagalan penyaluran dana atau piutang dalam jangka waktu tertentu sebagaimana dimaksud dalam ketentuan Bank Indonesia
- 4) Menyelenggarakan kegiatan atau produk bank yang berdasarkan prinsip syariah dengan menggunakan sarana elektronik.
- 5) Menerbitkan, menawarkan dan memperdagangkan surat berharga jangka pendek berdasarkan prinsip syariah baik secara langsung maupun tidak langsung melalui pasar uang.
- 6) Menyediakan produk atau melakukan kegiatan usaha bank umum syariah lainnya yang berdasarkan prinsip syariah.

## **2. Kualitas Pelayanan**

Kualitas dapat diartikan sebagai keseluruhan keadaan yang berkaitan dengan kinerja suatu produk, layanan, individu, kegiatan, atau lingkungan. Hal ini mencakup kemampuan untuk berfungsi secara optimal, memenuhi standar yang sebanding, atau bahkan melampaui ekspektasi yang telah dibentuk. Dengan kata lain, kualitas menggambarkan sejauh mana sesuatu dapat memenuhi atau melebihi persepsi dan harapan yang telah ditetapkan. Pelayanan merupakan suatu bentuk perhatian yang diberikan perusahaan kepada nasabah dengan mengutamakan fasilitas yang baik untuk nasabah sehingga menjadi lebih puas. Kualitas pelayanan merupakan “tingkat kinerja pelayanan dan segala atributnya benar-benar disajikan sesuai dengan harapan konsumen” Kualitas pelayanan menjadi tanggung jawab penyedia. Pelayanan yang baik. Kualitas pelayanan yang dirasakan oleh 11 konsumen didasarkan pada perbandingan kutipan dari perusahaan jasa, yaitu harapan dan persepsi terhadap aktivitas penyedia pelayanan. (Lestari & Iskandar, 2021)

Secara umum pelayanan jasa perbankan adalah segala upaya yang diselenggarakan atau dilaksanakan secara bersama-sama dalam suatu organisasi untuk memberikan pelayanan secara efektif dan efisien. Adanya kualitas pelayanan yang baik dalam perbankan dapat meningkatkan kepuasan nasabah. (Uki & Pradesyah, 2023) Ada beberapa kualitas pelayanan yang harus di terapkan oleh perusahaan, antara lain:

- 1) Tersedianya karyawan yang memiliki etika baik ialah faktor pendukung utama untuk sebuah kesuksesan dalam melayani nasabah.
- 2) Dapat memberikan pelayanan sesuai harapan nasabah secara cepat, tidak membuang waktu serta perhitungan yang tepat.
- 3) Mampu berkomunikasi dengan bahasa yang baik, sopan serta dapat bekerja sama dengan tim.

- 4) Dapat menjaga kepercayaan nasabah sehingga dapat menjadi pembentukan reputasi bank dari waktu ke waktu.
- 5) Memiliki wawasan yang luas sehingga dapat menghadapi permasalahan yang di hadapi nasabah

Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry ada lima dimensi kualitas layanan yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan dan menentukan loyalitas pelanggan (Iskandar & Nasution, 2019) Dimensi-dimensi ini meliputi:

- 1) Bukti fisik (tangible) Daya tarik fisik fasilitas dapat dijelaskan dengan indikator ini, seperti desain bangunan, peralatan, dan penampilan staf.
- 2) Keandalan (reliability) Indikator ini menunjukkan seberapa baik perusahaan dapat memberikan layanan yang tepat sejak awal, tanpa kesalahan, dan sesuai dengan perjanjian
- 3) Daya tanggap (responsiveness) Indikator yang terkait dengan kesiapan dan kapasitas karyawan dalam membantu pelanggan serta memberikan layanan secara cepat.
- 4) Jaminan (assurance) 12 Indikator yang berkaitan dengan perilaku karyawan apakah mereka mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan dan memberi pelanggan rasa aman.
- 5) Empati (empathy) Indikator yang menunjukkan bahwa perusahaan mampu memahami masalah dari karyawannya dan dapat menanganinya.

Manfaat dari pelayanan yaitu, membantu memenuhi kebutuhan umum nasabah. Oleh karena itu, dalam memenuhi suatu kebutuhan tidak bisa dilakukan sendiri melainkan dengan perbuatan orang lain. (Irwan and Anshari, 2024) Ada beberapa manfaat kualitas pelayanan, antara lain:

- 1) Mempercepat proses pelayanan sehingga menghemat waktu
- 2) Meningkatkan produktivitas (produk/jasa)
- 3) Memperoleh kualitas produk terbaik
- 4) Memenuhi harapan nasabah terhadap penggunaan produk tersebut
- 5) Kebutuhan nasabah akan di proses secara benar dan tepat waktu

### 3. Kualitas Produk

Menurut Kolter & Amstrong dalam (Lestari & Iskandar, 2021) Kualitas produk ialah keadaan terkait produk, proses, pelayanan, orang dan lingkungan dalam memenuhi harapan. Kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsinya, termasuk daya tahan, keandalan, akurasi, kemudahan penggunaan, dan pemeliharaan. Kualitas produk merupakan harapan konsumen terhadap suatu produk yang berubah-ubah serta berhubungan dengan tenaga kerja atau manusia. Kualitas produk menjadi penentu utama yang memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah dan menjadi tolak ukur terhadap kepuasan nasabah. Kualitas produk merujuk pada evaluasi komprehensif atau yang terjadi secara menyeluruh pelanggan terhadap kinerja aktual dari produk barang atau jasa yang dinikmati atau dikonsumsi. (Kumrotin & Susanti, 2021).

Ada delapan dimensi kualitas produk yang digunakan sebagai alat ukur dalam melakukan evaluasi Perusahaan atau penelitian yang diantara adalah sebagai berikut:

- 1) Kinerja (formance) yaitu berkaitan dengan karakteristik utama produk, seperti presisi, kemudahan dan kenyamanan penggunaan produk
- 2) Fitur (features) yaitu berkaitan dengan karakteristik pelengkap guna melengkapi fungsionalitas produk untuk meningkatkan minat konsumen
- 3) Keandalan (reliability) yaitu kemungkinan kecil bahwa produk akan berfungsi dengan baik atau produk tidak dapat digunakan. Semakin rendah kemungkinan kerusakan maka semakin dapat diandalkan produk tersebut
- 4) Kesesuaian (conformance) yaitu berkaitan dengan sejauhmana karakteristik desain dan pengoperasian memenuhi standar menurut spesifikasi yang telah ditentukan
- 5) Daya tahan (durability) yaitu berkaitan dengan rentan waktu suatu produk dapat digunakan

- 6) Kemampuan layanan (*service ability*) yaitu berkaitan dengan kecepatan, kompetensi, kenyamanan, kemudahan, dan penanganan keluhan
- 7) Estetika (*aesthetics*) yaitu berkaitan dengan daya tarik suatu produk
- 8) Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*) yaitu berkaitan dengan citra produk, reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadap produk tersebut  
Manfaat yang akan diperoleh perusahaan jika mampu membuat kualitas produk atau jasa yang baik, adapun manfaat dari kualitas produk yaitu:
  - 1) Meningkatkan pangsa pasar Target pemasaran akan meningkat seiring banyak pelanggan yang sudah percaya dengan produk atau jasa
  - 2) Meminimalisir biaya Kepuasan pelanggan yang baik akan meminimalisir pembuatan produk barang atau jasa, karena orientasi perusahaan ada pada jenis tipe, waktu dan jumlah produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen
  - 3) Memberikan dampak internasional Semakin banyak pelanggan yang anda peroleh, maka produk atau jasa yang anda miliki tentunya akan semakin terkenal, baik itu secara lokal maupun internasional
  - 4) Meningkatkan reputasi perusahaan Perusahaan yang mampu membuat produk atau jasa dengan kualitas yang baik tentunya akan memperoleh predikat baik dimata konsumennya dan hal tersebut tentunya akan meningkatkan citra perusahaan

#### 4. Loyalitas Nasabah

Loyalitas penting bagi bisnis Perusahaan karena mendatangkan pelanggan yang loyal merupakan pondasi Perusahaan. Loyalitas didefinisikan sebagai rasa keterikatan yang kuat terhadap suatu entitas bisnis, produk bermerek, atau penyedia layanan. Hal ini didasarkan pada pandangan positif konsumen yang terwujud melalui pola pembelian yang konsisten dan berkesinambungan. Dengan kata lain, loyalitas ditunjukkan oleh komitmen pelanggan untuk terus melakukan transaksi secara teratur dengan pihak yang sama, didorong oleh persepsi dan pengalaman yang baik. Pelanggan yang loyal akan tetap menggunakan produk dan jasa dari waktu ke waktu dan terus menerus. Hal ini menunjukkan bahwa perilaku pembelian seseorang yang telah menjadi pelanggan setia. (Putri & Trenggana, 2020)

Loyalitas pelanggan merupakan salah satu faktor sukses utama bagi perusahaan untuk memperoleh daya saing yang berkesinambungan. Perusahaan perlu mengetahui mengapa pelanggan melakukan pembelian kembali setelah menggunakan produknya. Informasi tersebut merupakan landasan bagi perusahaan dalam menetapkan strategi pemasaran. (Purnama & Aprillia, 2024)

Menurut Kotler & Amstrong dalam (Nur'aeni et al., 2021) terdapat tiga indikator loyalitas nasabah yaitu:

- 1) Repeat purchase loyalitas yang dilihat dari pembelian produk secara berulang dan terus-menerus.
- 2) Retention loyalitas dapat dilihat dari ketahanan pelanggan yang akan memberikan dampak positif bagi perusahaan.
- 3) Referalls yaitu situasi dimana pelanggan dengan sukarela merekomendasikan produk kepada orang lain.

Nasabah yang loyal adalah aset penting dalam perusahaan. Nasabah yang merasa puas tidak akan ragu dalam menyebarkan hal positif mengenai produk perbankan. Dalam membangun dan mempertahankan loyalitas nasabah sebagai bagian dari suatu program hubungan jangka panjang dengan perusahaan terbukti dapat memberikan keuntungan untuk nasabah. (Al-Ghifari & Khusnudin, 2022) Ada beberapa manfaat loyalitas yaitu:

- 1) Loyalitas dapat meningkatkan pembelian nasabah dengan memperhatikan bahwa nasabah cenderung menggunakan produk dan layanan perbankan. Pada saat para nasabah memersepsikan nilai suatu produk dan jasa berada pada peningkatan tinggi, nasabah cenderung tetap menggunakan produk tersebut untuk menghindari risiko jika pindah memilih penyedia jasa yang lain.

- 2) Loyalitas nasabah dapat menurunkan biaya yang di tanggung perusahaan dalam melayani nasabah. Dalam perusahaan tentu ada beberapa biaya yang harus di keluarkan untuk dapat menarik perhatian nasabah seperti biaya promosi. Dalam jangka waktu biaya tersebut dapat melebihi pendapatan yang di peroleh nasabah. Oleh sebab itu, dalam memperoleh loyalitas nasabah harus membantu menurunkan biaya penjualan pada pemesan yang menghasilkan profit margin yang tinggi
- 3) Loyalitas nasabah meningkatkan komunikasi langsung secara positif. Nasabah yang merasa puas pasti akan memberikan rekomendasi sangat positif sehingga komunikasi ini dapat membantu bagi para nasabah baru untuk mengevaluasi risiko yang melibatkan dalam membeli suatu produk. Oleh sebab itu, rekomendasi sangat membantu dalam mendukung aktivitas pemasaran dan menurunkan pengeluaran dalam perusahaan.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian merupakan proses untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Dalam melakukan penelitian ini penulis menggunakan penelitian asosiatif dan pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih dalam penelitian dengan tujuan menggambarkan permasalahan yang didasari pada data yang berupa angka angka kemudian dianalisa lebih lanjut untuk diambil kesimpulan. Menurut Sugiyono metode penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan. (Sugiyono,2017)

Lokasi penelitian merupakan tempat penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti untuk mendapatkan data-data yang diinginkan. Lokasi penelitian ini dilakukan di PT. Bank Sumut Unit Usaha Syariah JL. Imam Bonjol No.15 Kota Medan. Populasi adalah wilayah generalisasi yang didalamnya terdapat objek atau subjek yang memiliki ciri-ciri tertentu dan kualitas yang telah ditetapkan oleh peneliti, sehingga dapat dipelajari dan ditarik kesimpulan pada penelitian. Tujuan penentuan populasi adalah untuk mengetahui besarnya anggota sampel yang diambil dan membatasi berlakunya generalisasi (Sugiyono,2017). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah PT. Bank Sumut Unit Usaha Syariah yang menggunakan produk bank tersebut. Sampel adalah sebagian anggota populasi yang diambil dengan menggunakan teknik pengambilan sampling. (Sugiyono,2017). Jumlah sampel dalam penelitian ini sebesar 98 sampel. Adapun kriteria umum responden yang ditetapkan peneliti sebagai berikut: 1) Nasabah yang berusia diatas 17 tahun 2) Menjadi nasabah PT. Bank Sumut Unit Usaha Syariah minimal 6 bulan 3) Nasabah aktif yang bertransaksi di PT. Bank Sumut Unit Usaha Syariah 4) Nasabah yang memiliki produk PT. Bank Sumut Unit Usaha Syariah.

Dalam penelitian ini metode pengambilan sampel yang digunakan adalah non probability sampling. Non probability sampling merupakan suatu metode pengambilan sampel dimana tidak semua anggota populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk 22 dijadikan sampel (Sugiyono, 2017). Penentuan jumlah sampel pada penelitian ini menggunakan teori slovin dengan rumus, Adapun perhitungan dengan rumus slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

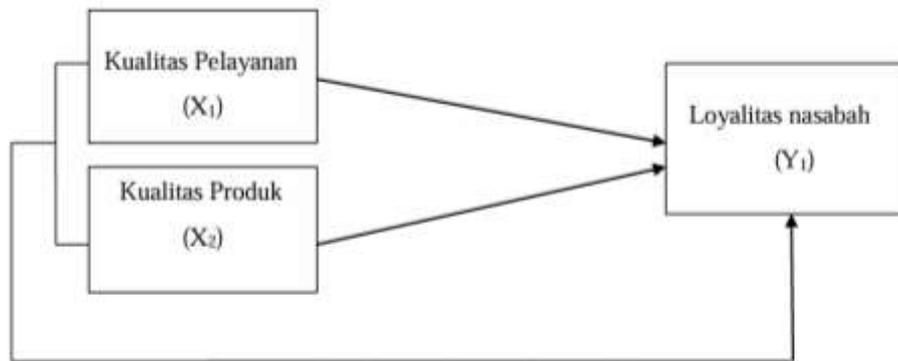
$$n = \frac{6750}{1 + 6750 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{6750}{1 + 67,5}$$

$$n = \frac{6750}{68,5}$$

$$n = 98$$

Untuk menggambarkan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian ini dikemukakan suatu model paradigma penelitian. Berikut ini model paradigma pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas nasabah, dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1.1 kerangka pemikiran

Hipotesis merupakan bagian penting dari penelitian, yang perlu dirancang sejak awal penelitian. Karena hipotesis adalah jawaban sementara atas pertanyaan penelitian, yang diharapkan dapat memandu jalan penelitian. (Yam & Taufik, 2021). Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan teori yang relevan, belum dari fakta empiris yang didapat dari pengumpulan data. Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Ho1: Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Sumut Unit Usaha Syariah Kota Medan  
Ha1: Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Sumut Unit Usaha Syariah Kota Medan
2. Ho2: Tidak terdapat pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Sumut Unit Usaha Syariah Kota Medan  
Ha2: Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Sumut Unit Usaha Syariah Kota Medan
3. Ho3: Tidak terdapat pengaruh secara simultan kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Sumut Unit Usaha Syariah Kota Medan  
Ha3: Terdapat pengaruh secara simultan kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Sumut Unit Usaha Syariah Kota Medan

## HASIL PENELITIAN

Bank Pembangunan daerah Sumatera utara (BPDSU) didirikan pada tanggal 04 November 1961 dalam bentuk Perseroan terbatas dan diubah menjadi Bank Umum Milik Pemerintah (BUMD) berdasarkan UU No. 13 Tahun 1962 tentang ketentuan pokok bank Pembangunan daerah. Namun tanggal 16 April 1999 dengan perda No. 2/1999 bentuk badan hukum diubah PT. Bank Pembangunan daerah Sumatera utara yang disingkat dengan PT. Bank Sumut. PT. Bank Sumut yang merupakan salah satu alata tau kelengkapan otonomi daerah dibidang perbankan PT. Bank Sumut mempunyai fungsi sebagai penggerak dan pendorong laju Pembangunan di daerah, bertindak sebagai pemegang kas daerah dan atau melaksanakan penyimpanan uang daerah, serta sebagai salah satu sumber pendapatan daerah dengan melakukan kegiatan usaha sebagai bank umum sebagai dengan maksud UU No. 7 Tahun 1992.

Adapun Visi dan Pt.Bank Sumut syariah adalah bank andalan bagi masyarakat, membantu dan menolong pertumbuhan perekonomian dan pembangunan daerah disegala bidang serta sebagai salah satu sumber pendapatan saerah dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat. Adapun misi dari PT.Bank Sumut Syariah Jl. Imam Bonjol adalah mengelola dana pemerintah dan masyarakat secara professional yang didasarkan pada prinsip-prinsip compliance (kepatuhan).

Untuk mengukur tinggi rendahnya reliabilitas salah satunya dapat menggunakan teknik pengukur koefisien cronbach's alpha, semakin mendekati koefisien 1 alpha dari variabel semakin tinggi konsistensi jawaban skor dari tiap indicator. Reliabilitas yang diatas 0,60 baik :

**Tabel.2. Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's Alpha	Std. Value	Keterangan
Kualitas pelayanan (X1)	0,799	0,60	Reliable
Kualitas produk (X2)	0,647	0,60	Reliable
Loyalitas Nasabah (Y)	0,815	0,60	Reliable

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu kualitas pelayanan (X1), kualitas produk (X2) dan loyalitas nasabah (Y) dapat dipastikan data tersebut reliable karena nilai cronbach's Alpha nya diatas 0,60

Uji multikolinieritas adalah pengujian statistic yang bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan yang kuat antar variabel independen pada model regresi penelitian ini. Adapun cara melihatnya melalui nilai tolerance dan VIF yang ketentuannya sebagai berikut: 1) Jika toleransi < 0,1 dan VIF > 10 : maka terjadi multikolinearitas. 2) Jika toleransi > 0,1 dan VIF < 10 : maka tidak terjadi multikolinearitas.

**Tabel.3. Multi Kolinieritas**

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Kualitas Pelayanan(X1)	0,967	1,034	Tidak terjadi Multikolinieritas
Kualitas Produk(X2)	0,967	1,034	Tidak terjadi Multikolinieritas

Dari tabel 4.10 menunjukkan bahwa Variabel independen memiliki nilai tolerance sebesar 0,967 > 0,1 dan nilai VIF 1,034 < 10. Maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas pelayanan (X1), dan Kualitas produk (X2) tidak memiliki korelasi yang tinggi sehingga asumsi yang diuji dapat terpenuhi.

Uji regresi linier berganda adalah pengujian statistik yang bertujuan untuk mengetahui nilai variabel dependen apabila variabel independen mengalami perubahan nilai. Selain itu uji regresi linier ini

berfungsi untuk melihat pengaruh kualitas pelayanan (X1), dan Kualitas produk (X2) terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Sumut Unit Usaha Syariah. Berikut adalah hasil olah data pada penelitian ini.

**Tabel.4. Regresi Linier Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients <sup>a</sup>		Standardized Coefficients <sup>a</sup>	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	32,343	9.769		3,311	0,001
	X1	0,145	0,103	0,139	1,409	0,162
	X2	0,344	0,124	0,274	2,780	0,007

a. Dependen Variabel: Y

*Sumber: Output SPSS diolah, 2025*

Dari tabel 4.11 dapat dilihat bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) memiliki nilai 0,145 dan kualitas produk (X2) memiliki nilai 0,344 sedangkan untuk nilai constantnya berjumlah 32,343. Maka didapat persamaan model regresi linier berganda sebagai berikut:  $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$   $Y = 32,343 + 0,145 + 0,344 + e$

Jadi, kesimpulan yang didapat dari model persamaan regresi linier diatas sebagai berikut:

- 1) Nilai kostanta sebesar 32,743 dapat diartikan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1), kualitas produk (X2), memiliki nilai 0 atau dianggap tidak mempunyai nilai. Maka nilai Loyalitas Nasabah (Y) sebesar 32,343
- 2) Variabel kualitas pelayanan (X1) pada analisis linier berganda mempunyai nilai koefisien regresi (B) sebesar 0,145. hal tersebut berarti bahwa setiap adanya peningkatan kualitas pelayanan, maka akan loyalitas nasabah akan meningkat sebesar 14,5%
- 3) Variabel Kualitas produk (X2) pada analisis linier berganda mempunyai nilai koefisien regresi (B) sebesar 0,344 hal tersebut berarti bahwa setiap adanya peningkatan kualitas produk, maka akan loyalitas nasabah akan meningkat sebesar 34,4%

Uji parsial atau uji T adalah salah satu uji hipotesis yang bertujuan untuk melihat besarnya signifikan pengaruh pada masing-masing variabel bebas yaitu Kualitas pelayanan dan kualitas produk secara individual terhadap variabel terikat yaitu loyalitas nasabah. Adapun hasil yang didapatkan sebagai berikut :

**Tabel.5. Uji Parsial**

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		T	Sig.
1	(constant)	3,311	0,001
	Kualitas pelayanan (X1)	1,409	0,162
	Kualitas Produk (X2)	2,780	0,007

a. Dependen Variabel: Loyalitas Nasabah (Y)

*Sumber: Output SPSS diolah, 2025*

Dari tabel di atas dapat disimpulkan hipotesis penelitian ini sebagai berikut:

- 1) Variabel kualitas pelayanan menunjukkan nilai thitung sebesar 1,409 < nilai ttabel 1.661 maka dapat disimpulkan bahwa Ho1 diterima, Ha1 ditolak (tidak berpengaruh) Variabel kualitas pelayanan menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,162 > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa Ho1 diterima, Ha1 ditolak (tidak signifikan) Dari hasil uji diatas, maka dapat dinyatakan bahwa kualitas pelayanan (X1) tidak memiliki pengaruh dan tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah

(Y)

- 2) Variabel kualitas produk menunjukkan nilai thitung sebesar 2,780 > nilai ttabel 1.661 maka dapat disimpulkan bahwa Ha2 diterima, Ho2 ditolak (berpengaruh) Variabel kualitas produk menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,007 < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa Ha2 diterima, Ho2 ditolak (signifikan) Dari hasil uji diatas, maka dapat dinyatakan bahwa kualitas produk (X2) memiliki pengaruh dan signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y)

Uji simultan atau Uji F adalah salah satu uji hipotesis yang bertujuan untuk melihat apakah variabel bebas yaitu kualitas pelayanan (X1) dan kualitas produk (X2) berpengaruh secara bersamaan terhadap variabel terikat yaitu Loyalitas nasabah (Y), Adapun hasil yang didapatkan sebagai berikut :

**Tabel.6. Uji Simultan**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Squares	F	Sig.
1	Regression	237,292	2	118,646	5,763	0,004 <sup>b</sup>
	Residual	1955,698	95	20,586		
	Total	2192,990	97			
a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah						
b. Predictors: (constant),Kualitas Pelayanan,Kualitas Produk						

*Sumber: Output SPSS diolah,2025*

Dari tabel di atas dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut: Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa nilai fhitung (5,763) > ftabel (3.09) Dapat disimpulkan bahwa Ho3 ditolak dan Ha3 diterima (berpengaruh). Nilai signifikansi sebesar 0,004 < 0,05 dapat disimpulkan bahwa Ha3 diterima, Ho3 ditolak (signifikan) yang berarti secara simultan ada pengaruh signifikan antara variabel kualitas pelayanan (X1) dan kualitas produk (X2) terhadap loyalitas nasabah (Y).

Uji koefisien determinasi adalah salah satu pengujian statistik yang digunakan dalam analisis regresi untuk mengetahui sejauh mana variabel bebas dapat menjelaskan variabel terikat. Uji R2 ini bertujuan untuk mengevaluasi seberapa baik model regresi menjelaskan variabel dependen. Berikut hasil olah data uji koefisien determinasi pada penelitian ini.

**Tabel.7. Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,329 <sup>a</sup>	0,108	0,089	4,53721
a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah				
b. Predictors: (constant),Kualitas Pelayanan,Kualitas Produk				

*Sumber: Output SPSS diolah,2025*

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai Adjusted R Square atau dikenal dengan nilai koefisien determinan sebesar 0,089 dengan rumus  $D = R^2 \times 100\%$ . Dapat disimpulkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas nasabah sebesar 8,9% sisanya 91,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan pada penelitian ini.

## PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Sumut Unit Usaha Syariah Kota Medan. Adapun analisis olah data sudah dilakukan melalui software SPSS 27 untuk pembahasan lebih lanjut akan dipaparkan sebagai berikut:

### **1) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Sumut Unit Usaha Syariah Kota Medan**

Hasil dari uji hipotesis yang telah dilakukan menunjukkan bahwa nilai signifikan kualitas pelayanan (X1) yaitu  $0,162 > 0,05$  dan nilai thitung ( $1,409$ ) < ttabel ( $1.661$ ). Dapat disimpulkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Sumut Unit Usaha Syariah. Semakin baik pelayanan yang diberikan PT. Bank Sumut Unit Usaha Syariah maka tentunya akan senang dan loyalitas nasabah akan meningkat. Namun dalam penelitian ini kualitas pelayanan tidak memiliki peran dalam meningkatkan loyalitas nasabah karena dalam penelitian ini mayoritas respondennya yaitu sebanyak 50% nasabah yang berusia 20-30 tahun dengan mayoritas berprofesi ASN dan masih menjadi mahasiswa/I sehingga intensitas transaksinya kebanyakan dilakukan melalui layanan e-banking karena padatnya aktivitas yang dilakukan nasabah sehingga transaksi secara langsung melalui kantor pusat rendah. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ria Octavia,2020) dengan judul pengaruh kualitas pelayanan dan keputusan nasabah terhadap loyalitas nasabah PT. Bank INDEX Lampung. Hasilnya bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Dan penelitian yang dilakukan (Juliana et al,2023) juga menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah BSI pasca merger. Hal tersebut terjadi karena kurangnya intensitas transaksi perbankan karena nasabah selalu menggunakan layanan e banking sehingga tidak memperhatikan kualitas secara langsung di kantor BSI

### **2) Pengaruh Kualitas Produk Terhadap loyalitas Nasabah PT. Bank Sumut Unit Usaha Syariah Kota Medan**

Hasil dari uji hipotesis yang telah dilakukan menunjukkan bahwa Nilai signifikan kualitas produk (X2) yaitu  $0,007 < 0,05$  dan nilai thitung ( $2,780$ ) > ttabel ( $1.661$ ). Dapat disimpulkan bahwa secara parsial kualitas produk berpengaruh dan signifikan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Sumut Unit Usaha Syariah. Kualitas produk memiliki peran yang cukup penting dalam meningkatkan loyalitas nasabah, semakin baik kualitas produk yang diberikan PT. Bank Sumut Unit Usaha Syariah maka akan semakin meningkat juga loyalitasnya. Hal tersebut didasarkan pada banyaknya jawaban setuju dan sangat setuju terhadap kuesioner yang diisi oleh responden. Dimana produk-produk yang ditawarkan inovatif dan memiliki kemampuan layanan yang baik, memiliki produk yang bermanfaat dimasa depan, produk dapat diandalkan dalam jangka panjang, serta produk yang dimiliki PT. Bank Sumut Unit Usaha Syariah menarik dan bervariasi sesuai dengan kebutuhan nasabah. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Jauhariyah & Setiawaty,2023) yang berjudul pengaruh pelayanan islami dan kualitas produk terhadap loyalitas nasabah BSI di pondok pesantren Darussalam blokagung kabupaten banyuwangi. Hasil yang diperoleh adalah kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah. Semakin baik kualitas produk yang diberikan oleh perusahaan tentunya akan semakin meningkat loyalitas nasabahnya.

### **3) Pengaruh secara simultan kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Sumut Unit Usaha Syariah Kota Medan**

Hasil dari uji simultan yang telah dilakukan menunjukkan bahwa nilai signifikasinya yaitu sebesar  $0,004 < 0,05$ . Dan nilai fhitung ( $5,763$ ) > ftabel ( $3.09$ ) Dapat disimpulkan bahwa secara simultan semua variabel independen yang terdiri dari kualitas pelayanan (X1) dan Kualitas Produk (X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu loyalitas nasabah. Artinya terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Sumut Unit Usaha Syariah. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (budiarno et al,2022) dengan judul pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan, Hasilnya bahwa secara simultan kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Semakin baik kualitas pelayanan dan kualitas produk yang diberikan oleh perusahaan tentunya akan semakin meningkat loyalitas nasabahnya.

## PENUTUP

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Sumut Unit Usaha Syariah Kota Medan. Adapun kesimpulan yang dapat ditarik dalam penelitian ini yaitu:

1. Variabel kualitas pelayanan (X1) dalam penelitian ini tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Sumut Unit Usaha Syariah dikarenakan nilai signifikan kualitas pelayanan (X1) yaitu  $0,162 > 0,05$  dan nilai thitung ( $1,409$ )  $<$  ttabel ( $1.661$ ) yang berarti  $H_01$  diterima dan  $H_{a1}$  ditolak. Dapat disimpulkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Sumut Unit Usaha Syariah.
2. Variabel kualitas produk (X2) dalam penelitian ini hasilnya yaitu berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Sumut Unit Usaha Syariah dikarenakan Nilai signifikan kualitas produk (X2) yaitu  $0,007 < 0,05$  dan nilai thitung ( $2,780$ )  $>$  ttabel ( $1.661$ ) yang berarti  $H_{a2}$  diterima dan  $H_02$  ditolak. Dapat disimpulkan bahwa secara parsial kualitas produk berpengaruh dan signifikan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Sumut Unit Usaha Syariah.
3. Variabel kualitas pelayanan (X1), dan Kualitas produk (X2) dalam penelitian ini hasilnya yaitu berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Sumut Unit Usaha Syariah, dapat dilihat bahwa nilai signifikasinya yaitu sebesar  $0,004 < 0,05$  dan nilai fhitung ( $5,763$ )  $>$  ftabel ( $3.09$ ) Dapat disimpulkan bahwa secara simultan semua variabel independen yang terdiri dari kualitas pelayanan (X1) dan Kualitas Produk (X2) berpengaruh dan signifikan terhadap variabel terikat yaitu loyalitas nasabah. Maka dalam hal ini  $H_{a3}$  diterima dan  $H_03$  ditolak. Nilai R Square sebesar 8,9% sisanya 91,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini

## REFERENSI

- Al-Ghifari, M. I., & Khusnudin. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga Dan Biaya Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Denpasar Bali. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 5(2), 421-434. [https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5\(2\).10883](https://doi.org/10.25299/jtb.2022.vol5(2).10883)
- Asiva Noor Rachmayani. (2015). Metodologi Penelitian Kuantitatif.6. [banksumut.co.id/](https://www.banksumut.co.id/). (2022). Sejarah Bank Sumut. <https://www.banksumut.co.id/sejarah-bank-sumut/> Budiarno, I. B. N., & Lukitaningsih, A. (2022). Pengaruh kualitas layanan, Kualitas Produk Terhadap kepuasan pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Nasabah. *Jurnal Penelitian Pendidikan dan* <https://doi.org/10.25134/equi.v19i02.4531> *Ekonomi*, 19(2), 2614-5839.
- Fuad Hakim Zamzami, M., & Setyowati, R. (2022). Tinjauan Hukum Terhadap Eksistensi Unit Usaha Syariah Bank Jawa Tengah. *Al-Adl: Jurnal Hukum*, 14(1), 200. <https://doi.org/10.31602/al-adl.v14i1.6066>
- Handayani, M., & Kusuma, M. (2021). The Influence of Service Quality and Customer Relationship Management on Customer Loyalty at Bank BSI KC Bengkulu S. Parman 2. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi Dan Keuangan*, 2(4), 488-499. <https://doi.org/10.53697/emak.v2i4.231>
- Irwan & Anshari. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Manfaat , dan Lokasi terhadap Keputusan Shahibul Mal memilih Asuransi Syariah di Indonesia. 10(03), 2459
- Iskandar, D., & Nasution, M. I. B., (2019). Analisis Pengaruh kepercayaan, Keamanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Online Shop Lazada (Studi Kasus Pada mahasiswa/i FEB UMSU). *Proseding Seminar nasional Kewirausahaan*, 1(1), 128-59
- Jauhariyah, N. A., & Setiawaty, U. A. (2023). Pengaruh Pelayanan Islami Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Bsi Di Pondok Pesantren Darussalam Blok agung Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal Istiqro*, 9(2), 198-205. <https://doi.org/10.30739/istiqro.v9i2.2443>
- Kaemuddin, A. E. P., Hara, S. S., Azahra, M., Jamariani, & S, R. N. (2023). Pengaruh Literasi Saham Syariah dan Sistem Pemasaran Terhadap Minat Mahasiswa Manajemen Bisnis Syariah Berinvestasi di Pasar

- Modal Syariah. *Al-Ihsan : Jurnal Bisnis Dan Ekonomi Syariah*, 01(01), 01–05.
- Khairul Anwar pulungan, E. P. N. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan dan Sosialisasi Terhadap Penggunaan QRIS Pada Pelaku Kegiatan UMKM Halal. *Al-Ihsan : Jurnal Bisnis Dan Ekonomi Syariah*, 02(01), 01–05.
- Kumrotin, E. L., & Susanti, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Ko.We.Cok Di Solo. *J-MIND (Jurnal Manajemen Indonesia)*, 6(1), 1. <https://doi.org/10.29103/j-mind.v6i1.4870>
- Kuswandarini, K. I., & Annisa, A. A. (2021). Analisis pengaruh kualitas layanan, corporate image, dan customer relationship management terhadap loyalitas nasabah dengan Kepuasan nasabah sebagai variabel intervening. *Journal of Management and Digital Business*, 1(1), 37–51. <https://doi.org/10.53088/jmdb.v1i1.46>
- Lestari, A. T., & Iskandar, K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Bank BTN Cabang Tegal The Influence of Service Quality and Product Quality on Customer Satisfaction of JECMA (*Journal Economics and Management*), <https://jurnal.umus.ac.id/index.php/jecma/article/view/513/313> 03(01), 1–9.
- Ludiman, I., & Mutmainah, K. (2020). Analisis Determinan Market Share Perbankan Syariah di Indonesia (Studi Empiris pada Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah yang Terdaftar di OJK Periode Maret 2017 sampai September 2019). *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology*, 3(2), 169–181. <https://doi.org/10.32500/jematech.v3i2.1336>
- Muzarkosah, I., & Syarifah, W. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Pengetahuan Produk Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus Bprs Bhakti Sumekar Kantor Cabang Pragaan). *NISBAH: Jurnal Perbanka Syariah*, 8(1), 1–11. <https://doi.org/10.30997/jn.v8i1.5723>
- Nasution, I. H., & Frimayasa, A. (2022). “Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Di PT Bank Rakyat Indonesia KCP Kota Wisata Kabupaten Bogor.” *Portofolio: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 123–132.
- Nur’aeni, N., Susanti, S., & Mintarsih, M. (2021). Pengaruh Fitur, Kualitas Produk dan Bagi Hasil terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Mudharabah di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Rancaekek. *Indonesian Journal of Economics and Management*, 2(1), 1–15. <https://doi.org/10.35313/ijem.v2i1.3586>
- Norazlina, Amanda, N., Annisa, M., Maulana, M. irvan, & Jaris, A. (2023). Pengaruh Pengetahuan Hukum Syariah dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Minat Mahasiswa MBS Menggunakan Fitur Shopee PayLater. *Al-Ihsan : Jurnal Bisnis Dan Ekonomi Syariah*, 02(01), 01–05.
- Purnama, N. I., & Aprillia, N. (2024). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Mahasiswa FEB UMSU pengguna Aplikasi Gojek. *Jurnal Ilmiah magister Manajemen*, 7(2), 2623–2634
- Putra, S. D., & Hasmawaty, H. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Kepuasan Nasabah Tabungan Prioritas Bank Negara Indonesia. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 19(1), 117. <https://doi.org/10.31851/jmwe.v19i1.8011>
- Putri, S. B., & Trenggana, A. F. M. (2020). Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Watsons Di Bandung. *E- Proceeding of Management*, 7(1), 1258.
- Sugiyono. (n.d.). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. 2017. Sukeesi. (2020). *Riset Pemasaran: Disertasi Contoh-contoh dan Studi Kasus*. In Unitomo Press.
- Uki, U., & Pradesyah, R. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Good Corporate Governance (GCG) terhadap Minat Transaksi di Bank Islam ( Studi Kasus di Bandar Land, Slangor, Malaysia). *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, 5(1), 2685
- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Perspektif: Jurnal Ilmu Admi*