

## **Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Kepemilikan Rumah di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Bandung Suniaraja**

**Yasir Fauzi, Ikah Mudrikah**

Perbankan Syariah, STIBANKS Al Ma'soem Bandung, Jln. Raya Cipacing No. 22 Rancaekek-Bandung  
[yasirfauzi1984@gmail.com](mailto:yasirfauzi1984@gmail.com); [mudrikahikah1009@gmail.com](mailto:mudrikahikah1009@gmail.com)

### **RIWAYAT ARTIKEL**

Received: 2022-07-18

Revised : 2022-07-19

Accepted: 2022-07-20

### **KEYWORD**

Price, Product Quality, and Loyalty

### **KATA KUNCI**

Harga, Kualitas Produk, dan Loyalitas

### **ABSTRACT**

*This research was conducted to find out how much influence Price and Product Quality have on customer loyalty home ownership at Bank BRI syariah Bandung Suniaraja Branch Office. The method method used is an associative quantitative method, so a questionnaire is needed to find out the responses of questionnaire to find out the responses of home ownership customers at Bank BRI syariah Bandung Suniaraja Branch Office. The data required is primary data. primary. In addition to data from questionnaires which are processed using the IBM SPSS Statistic 23 application, the authors also get data from experts' theories about price and product quality on loyalty. price and product quality on loyalty, with the results of the simultaneous test ( $F$  test) to strengthen the research. to strengthen the research. The results of the study indicate that there is an influence price and product quality on loyalty, namely in the  $F$  test is  $F_{hitung} > F_{table}$  ( $13.155 > 3.52$ ) and significance  $0.000 < 0.05$  then  $H_0$  is rejected and  $H_1$  is accepted. So it can be said that the effectiveness of Price and Product Quality Product quality simultaneously have a significant effect on customer loyalty at Bank BRI Syariah Bandung Suniaraja. The coefficient of determination obtained amounted to 58.1%, this indicates that price and product quality product quality affect loyalty and the remaining 41.9% is influenced by other factors not examined. other factors that were not studied.*

### **ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap loyalitas nasabah kepemilikan rumah di Bank BRI syariah Kantor Cabang Bandung Suniaraja. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif asosiatif, sehingga diperlukan kuesioner untuk mengetahui tanggapan nasabah kepemilikan rumah di Bank BRI syariah Kantor Cabang Bandung Suniaraja. Data yang dibutuhkan adalah data primer. Selain data dari kuesioner yang diolah dengan menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistic 23, penulis juga dapat data-data dari teori para ahli tentang harga dan kualitas produk terhadap loyalitas, dengan hasil uji simultan (uji  $F$ ) untuk memperkuat penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh harga dan kualitas produk terhadap loyalitas yaitu dalam uji  $F$  adalah  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $13,155 > 3,52$ ) dan signifikansi  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Maka dapat dikatakan bahwa efektivitas Harga dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di Bank BRI Syariah Bandung Suniaraja. Adapun nilai koefisien determinasi yang diperoleh sebesar sebesar 58.1% hal ini menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap loyalitas dan sisanya 41.9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

## 1. Pendahuluan

Sistem keuangan di Indonesia dilaksanakan dengan dua sistem, yaitu konvensional dan syariah. Bank yang bersifat konvensional adalah bank yang pelaksanaan operasionalnya dengan sistem bunga, sedangkan bank yang bersifat syariah adalah suatu sistem perbankan yang dikembangkan berdasarkan prinsip bagi hasil.

Sejak tahun 1992 Bank Muamalat Indonesia beroperasi, dimana perkembangan kelembagaan bank umum syariah dan unit usaha syariah menunjukkan pertumbuhan yang cukup mengembirakan.

Antara Bank Umum Syariah tersebut, yaitu salah satunya BRI Syariah. BRI Syariah merupakan salah satu lembaga perbankan syariah, bank ini berdiri pada tahun 1969, dahulu bernama Bank Jasa Arta lalu diambil alih Bank Rakyat Indonesia, menjadi Bank Umum Syariah pada 2008. Usaha Unit Syariah (UUS) bank BRI digabung pada 2009.

Salah satu produk pembiayaan yang telah dikembangkan oleh bank BRI Syariah adalah pembiayaan rumah atau yang sering dikenal dengan istilah KPR pada BRI Syariah. Pembiayaan Kepemilikan Rumah kepada perorangan untuk memenuhi sebagian atau keseluruhan akan rumah (tempat tinggal) dengan menggunakan prinsip jual beli (murabahah) dimana pembayarannya secara angsuran dengan jumlah angsuran yang telah ditetapkan di muka dan dibayar setiap bulan, dengan margin pembiayaan yang diberikan kepada nasabah adalah setara dengan 5% pertahun dengan metode perhitungan annuitas.

Menurut Ibnu Rusyd, sebagaimana dikutip oleh Syafi'i Antonio (2007), menyatakan bahwa "murabahah adalah jual beli barang pada harga asal dengan tambahan keuntungan yang disepakati. Dalam jual beli ini, penjual harus memberitahu harga barang yang ia beli dan mencantumkan suatu tingkat keuntungan sebagai tambahannya".

Menurut Rachmat Syafei (2000), harga terjadi pada akad, yakni sesuatu yang direlakan dalam akad, baik lebih sedikit, lebih besar, atau sama dengan nilai barang. Biasanya harga dijadikan penukar barang yang di ridhoi oleh kedua pihak yang akad.

Berikut adalah tabel jumlah nasabah Pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR) di Bank BRI Syariah KC Bandung Suniaraja dari tahun 2016 samapai 2018.

**Tabel Jumlah Nasabah Pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR) di Bank BRI Syariah KC Bandung Suniaraja**

No.	Tahun	Jumlah	Presentase
1	2016	20	-
2	2017	28	40%
3	2018	22	-21%

Sumber: Bank BRI Syariah 2019

Berdasarkan data tabel diatas dapat diketahui bahwa jumlah nasabah pembiayaan kepemilikan rumah (KPR) di Bank BRI Syariah KC Bandung Suniaraja dari tahun ke tahun mengalami penurunan sebagai mana tertera pada tabel diatas, yaitu pada tahun 2017 naik 40% sementara pada tahun 2018 menurun 21%.

Hal ini menarik untuk diteliti lebih jauh dan berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis mengambil judul "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Kepemilikan Rumah Di BRI Syariah Kantor Cabang Bandung Suniaraja".

## 2. Kajian Literatur

Menurut Kotler dan Armstrong, (2012) harga dapat didefinisikan: "sejumlah uang yang dibebankan untuk memiliki suatu produk atau jasa".

Sedangkan menurut Tjiptono (2008:155) harga adalah nilai estimasi penjual terhadap arti ekspresi nilai yang menyangkut kegunaan dan kualitas produk, citra yang membentuk melalui iklan dan promosi, ketersediaan produk melalui jaringan distribusi serta layanan yang menyertai suatu produk.

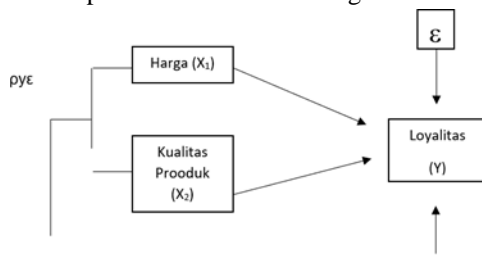
Adapun definisi kualitas produk menurut Tjiptono (2010:14) mengemukakan bahwa kualitas produk adalah kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan yang mencakup produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan. Kualitas produk juga merupakan kondisi yang selalu berubah (misalnya apa yang dianggap kualitas saat ini berkualitas, mungkin dianggap kurang berkualitas di masa mendatang).

Sedangkan definisi loyalitas menurut Oliver dalam Sangaji (2013:104) adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang untuk produk atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.

Berdasarkan latar belakang dan kajian literatur diatas, penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

- 1) Bagaimana pengaruh harga terhadap loyalitas nasabah kepemilikan rumah di BRI Syariah KC Suniaraja?
- 2) Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas nasabah kepemilikan rumah di BRI Syariah KC Suniaraja?
- 3) Bagaimana Pengaruh harga dan kualitas produk secara simultan terhadap loyalitas kepemilikan rumah di BRI Syariah KC Suniaraja?

Kerangka pemikiran penelitian yang berjudul “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap loyalitas nasabah pembiayaan Kepemilikan Rumah (KPR) di BRI Syariah KC Suniaraja.” Untuk variable yang memberi pengaruh dan ada variable yang berpengaruh atau dalam artian ada variable independen (X) dengan variable dependen (Y). adapun yang menjadi variable independen adalah harga dan kualitas produk sedangkan variable dependen adalah loyalitas nasabah. Ketiga variable tersebut dapat diilustrasikan dalam gambar berikut:



Sumber: Hasil Penelitian (2019)  
**Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran**

Keterangan:

- $X_1$  = Harga
- $X_2$  = Kualitas Produk
- Y = Loyalitas
- $\epsilon$  = Variabel lain yang tidak diteliti
- $\rho$  (rho) = Koefisien masing-masing variabel
- $\rho X_1 Y$  = Pengaruh harga terhadap loyalitas
- $\rho X_2 Y$  = Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas
- $\rho X_1 X_2 Y$  = Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap loyalitas
- $\rho y \epsilon$  = Pengaruh variabel lainnya yang diduga berpengaruh terhadap loyalitas namun tidak diteliti

### 3. Metodologi Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap loyalitas nasabah kepemilikan rumah, sehingga penelitian ini termasuk kedalam jenis penelitian metode kuantitatif asosiatif.

Menurut sugiyono (2003:11), definisi asosiatif mengemukakan: Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variable atau lebih. Penelitian ini mempunyai tingkatan tertinggi dibandingkan dengan deskriptif dan komparatif karena dengan penelitian ini dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala.

Menurut sugiyono (2015:23), definisi data kuantitatif mengemukakan bahwa: "Data kuantitatif merupakan data yang berbentuk angka, atau data kuantitatif yang di angkakan (scoring)."

Teknik pengambilan sampel yang digunakan oleh penelitian ini yaitu menggunakan probality sampling sedangkan jenis sampelnya yaitu sampel sensus karena populasinya relative kecil, hanya 22 orang.

**Tabel Operasionalisasi Variabel**

Variabel	Indikator	Alat Ukur	Skala
Harga	1. Keterjangkauanharga	a. Setuju b. Terjangkau	Ordinal
	2. Kesesuaian harga	a. Harga dengan b. Keterjangkauan angsuran produk	Ordinal
	3. Daya	a. Harga lebih murah b. Margin yang ditawarkan lebihmurah	Ordinal
Kualitas Produk (Jasa),(X2) Kasmir(2008)	1. Tidak berwujud	a. Kecepatan b. Kemudahan c. Kenyamanan	Ordinal
	2. Beraneka ragam	a. Tempat b. Waktu	Ordinal
	3. Tidak	a. Ketahanan kualitasproduk b. Produk daya tahanlama	Ordinal

Loyalitas (Y) Griffin (dalam Hurriyati 2010)	1. Pembelian ulang	a. Menggunakan produk yang b. Menggunakan produk tersebut secara berulang-ulang	Ordinal
	2. Mereferensikan kepada	a. Mampu merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain b. Nasabah menceritakan layanan	Ordinal
	3. Menunjukkan kekebalan	a. Memiliki tingkat kesetiaan yang tinggi terhadap produk b. Merasa ingin selalu setia terhadap produk dan tidak berpaling pada produk pesaing	Ordinal

Sumber: Hasil Penelitian (2019)

**Uji Normalitas Data**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah sampel yang digunakan mempunyai distribusi normal atau tidak. Dalam model regresi linier. Asumsi ini ditunjukkan oleh nilai error yang berdistribusi normal. Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal, sehingga layak untuk dilakukan pengujian secara statistik. Pengujian normalitas data menggunakan Test of Normality Kolmogorov-Smirnov dalam program SPSS 23. Menurut Santoso (2012:293) dasar pengambilan keputusan bisa dilakukan berdasarkan probabilitas (Asymtotic Significance), yaitu:

- 1) Jika probabilitas > 0.05 maka distribusi dari model regresi adalah normal.
- 2) Jika probabilitas < 0,05 maka distribusi dari model regresi adalah tidak normal.

**Analisa Data dan Rancangan Uji Hipotesis**

**Analisa Korelasi Berganda**

Analisis korelasi berganda digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan hubungan antara seluruh variabel harga dan variabel kualitas produk terhadap variabel loyalitas secara bersamaan. Menurut Sugiyono (2014:256) koefisien korelasi tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$R_{yx1x2} = \frac{\sqrt{r_{2yx1} + r_{2yx2} - 2r_{X1} r_{X2}}}{1 - r_{2x1x2}}$$

Dimana:

$R_{yx1x2}$  = Koefisien korelasi antara variabel harga dan kualitas produk  $r_{yx1}$  = Koefisien korelasi harga terhadap loyalitas

$r_{yx2}$  = Koefisien korelasi kualitas produk terhadap loyalitas  $r_{x1x2}$  = Koefisien korelasi harga terhadap kualitas produk

Korelasi berganda merupakan hubungan bersama-sama antara X1, X2 dengan Y. Adapun hasil dari pengujian koefisien korelasi tersebut seberapa kuat hubungan antara hubungan X1, X2 dan Y, terdapat pada tabel interpretasi koefisien korelasi berikut ini:

**Tabel Interpretasi Koefisien Korelasi**

No	Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
1.	0,00 – 0,199	Sangat Rendah
2.	0,20 – 0,399	Rendah
3.	0,40 – 0,599	Sedang
4.	0,60 – 0,799	Kuat
5.	0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono (2016)

**Analisa Regresi Berganda**

Metode analisis yang digunakan adalah model regresi linier berganda.

Menurut Sugiyono (2014:277) bahwa:

“Analisis regresi linier berganda bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih dua variabel independen sebagai faktor prediator dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2”

Menurut sugiyono (2014:277) persamaan regresi linier berganda yang ditetapkan oleh sebagai berikut:

Rumus:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \epsilon$$

Dimana:

Y = Loyalitas nasabah  
 a = Koefisien konstanta  
 b1, b2 = Koefisien regresi  
 X1 = Harga  
 X2 = Kualitas Produk  
 ε = Error

### Analisa Koefisien Determinasi

Menurut siregar (2013: 338) definisi koefisien determinasi mengemukakan: "koefisien determinasi (KD) adalah angka yang menyatakan atau digunakan untuk mengetahui kontribusi atau sumbangan yang diberikan oleh sebuah variabel atau lebih X (bebas) terhadap variabel Y (terikat)."

Rumus:

$$KD = (r)^2 \times 100\%$$

Dimana:

Kd = koefisien determinasi  $r^2$  = koefisien korelasi

### Rancangan Uji t

Menurut Duwi Priyanto (2012:139), uji t mendefinisikan bahwa: "Uji t atau uji koefisien regresi secara parsial digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tindakannya terhadap variabel dependen."

Sebelum koefisien korelasi digunakan untuk membuat kesimpulan terlebih dahulu diuji keberartian korelasi, untuk itu digunakan statistik uji t dengan rumus: Rumus:

$$t = \frac{r \sqrt{n-2}}{1-r}$$

Dimana:

r = Korelasi  
 t = nilai koefisien korelasi dengan derajat bebas  
 (dk) = n-2 n = jumlah sampel

Hasil pengujian uji t kemudian dibandingkan dengan t tabel yang diperoleh dengan menggunakan tingkat signifikan dan derajat kebebasan n-2. Hipotesis yang telah ditetapkan tersebut akan diuji berdasarkan daerah penerimaan dan daerah penolakan yang ditetapkan sebagai berikut:

- 1) Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak
- 2) Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_a$  diterima

### Rancangan Uji F

Menurut Duwi Priyanto (2012:139), uji t mendefinisikan bahwa: "Uji t atau uji koefisien regresi secara parsial digunakan untuk mengetahui apakah secara parsial variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tindakannya terhadap variabel dependen."

Sebelum koefisien korelasi digunakan untuk membuat kesimpulan terlebih dahulu diuji keberartian korelasi, untuk itu digunakan statistik uji t dengan rumus: Rumus:

$$t = \frac{r \sqrt{n-2}}{1-r}$$

Dimana:

r = Korelasi  
 t = nilai koefisien korelasi dengan derajat bebas  
 (dk) = n-2 n = jumlah sampel

Hasil pengujian uji t kemudian dibandingkan dengan t tabel yang diperoleh dengan menggunakan tingkat signifikan dan derajat kebebasan n-2. Hipotesis yang telah ditetapkan tersebut akan diuji berdasarkan daerah penerimaan dan daerah penolakan yang ditetapkan sebagai berikut:

- Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak
- Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_a$  diterima

## 4. Hasil Dan Pembahasan

### Pengaruh Harga (X1) Terhadap Loyalitas (Y) Nasabah Kepemilikan Rumah di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Bandung Suniaraja

#### Uji Validitas

Berikut ini hasil perhitungan uji validitas untuk variabel X1 yaitu harga dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel**  
**Uji Validitas Kuisisioner X1 (Harga)**

No	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Keterangan
1	0,572	0,422	Valid
2	0,739	0,422	Valid
3	0,788	0,422	Valid
4	0,789	0,422	Valid
5	0,730	0,422	Valid
6	0,483	0,422	Valid

Sumber: Hasil Penelitian 2019

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa dari 6 butir pernyataan yang telah dibuat, semua pernyataan dinyatakan valid karena kurang  $>$   $r_{tabel}$ .

Adapun hasil perhitungan uji validitas untuk variabel Y yaitu loyalitas dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel**  
**Uji Validitas Kuisisioner Y (Loyalitas)**

No	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keterangan
1	0,670	0,422	Valid
2	0,724	0,422	Valid
3	0,912	0,422	Valid
4	0,852	0,422	Valid
5	0,856	0,422	Valid
6	0,822	0,422	Valid

Sumber: Hasil Penelitian 2019

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa dari 6 butir pernyataan yang telah dibuat, semua pernyataan dinyatakan valid karena kurang > r<sub>tabel</sub>.

**Uji Reabilitas**

Dengan menggunakan IBM SPSS Statistics 23 diketahui bahwa nilai reliabilitas variabel operasional yang akan dianalisis dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel Harga (X1)**  
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.746	.779	6

Sumber: Hasil Penelitian 2019

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas di atas, diketahui angka cronbach alpha adalah sebesar 0,746. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian yang digunakan untuk mengukur variabel harga dapat dinyatakan reliabel atau handal.

Adapun hasil perhitungan uji reliabilitas untuk variabel Y (loyalitas) dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel Loyalitas (Y)**  
**Reliability Statistic**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.881	.893	6

Sumber: Hasil Penelitian 2019

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas di atas, diketahui angka cronbach's alpha sebesar 0,881. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian yang digunakan untuk mengukur variabel loyalitas dapat dinyatakan reliabel atau handal.

**Uji Normalitas Data**

Dengan menggunakan IBM SPSS Statistics 23 diketahui bahwa nilai normalitas data variabel operasional yang akan dianalisis dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel Harga (X1)**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

	Unstandardized Residual
N	22
Normal Parameters <sup>a,b</sup> Mean	.0000000
Std. Deviation	2.23499880
Most Extreme Differences	.131
Asymp. Sig. (2-tailed)	.131
Test Statistic	.131
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 <sup>c,d</sup>

Sumber: Hasil Penelitian 2019

Berdasarkan hasil pengujian normalitas data SPSS 23 tersebut, diketahui bahwa nilai signifikansi Asymp.Sig (2-tailed) sebesar 0,200 > 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Adapun hasil perhitungan uji reliabilitas untuk variabel Y (loyalitas) dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel Loyalitas (Y)**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

	Unstandardized Residual
N	22
Normal Parameters <sup>a,b</sup> Mean	.0000000
Std. Deviation	1.95679390
Most Extreme Differences	.103
Asymp. Sig. (2-tailed)	.103
Test Statistic	.103
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 <sup>c,d</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan hasil pengujian normalitas data SPSS 23 tersebut, diketahui bahwa nilai signifikansi Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,200 > 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

**Analisa Koefesien Determinasi**

**Tabel  
Analisa Koefisien Determinasi Model  
Summaryb**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.754 <sup>a</sup>	.568	.546	2.29019

- a. Predictors: (Constant), Harga
  - b. Dependent Variable: Loyalitas
- Sumber: Hasil Penelitian 2019

Berdasarkan tabel diatas menunjukan nilai R Square 0,568 atau 56,8%. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa besarnya pengaruh variabel harga terhadap loyalitas nasabah adalah 56,8% sedangkan sisanya 43,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

**Uji t**

**Tabel Uji t  
Coefficientsa**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.051	4.267		-.012	.991
Harga	.951	.185	.754	5.127	.000

- a. Dependent Variable: Loyalitas
- Sumber: Hasil Penelitian 2019

Hasil pengujian hipotesis menunjukan bahwa nilai thitung untuk harga adalah 5,127 dengan signifikansinya sebesar 0,000. Sedangkan pada taraf signifikansinya sebesar 0,05 dengan df sebesar 19 diperoleh nilai ttabel sebesar 2,093 sehingga

nilai thitung = 5,127 > nilai ttabel = 2,093. Dengan nilai sig. 0,000 < 0,05 maka H0 ditolak dan H1 diterima. Dengan demikian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap loyalitas nasabah di Bank BRI Syariah Bandung Suniaraja.

**Pengaruh Kualitas Produk (X2) Terhadap Loyalitas (Y) Nasabah Kepemilikan Rumah di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Bandung Suniaraja**

**Uji Validitas**

**Tabel  
Uji Validitas Kuisisioner X2 (Kualitas Produk)**

No	rhitung	rtabel	Keterangan
1	0,750	0,422	Valid
2	0,496	0,422	Valid
3	0,595	0,422	Valid
4	0,672	0,422	Valid
5	0,713	0,422	Valid
6	0,846	0,422	Valid
7	0,872	0,422	Valid

Sumber: Hasil Penelitian 2019

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa dari 7 butir pernyataan yang telah dibuat, semua pernyataan dinyatakan valid karena kurang > rtabel.

**Uji Reabilitas**

**Tabel Kualitas Produk (X2) Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.837	.833	7

Sumber: Hasil Penelitian 2019

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas di atas, di ketahui angka crosbach alpha adalah sebesar 0,837. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian yang digunakan untuk mengukur variabel harga dapat dinyatakan reliabel atau handal.

### Uji Normalitas Data

**Tabel Kualitas Produk (X2)  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Total
N		22
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	25.8182
	Std. Deviation	3.63366
Most Extreme Differences	Absolute	.138
	Positive	.138
	Negative	-.090
Test Statistic		.138
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.
- This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Hasil Penelitian 2019

Berdasarkan hasil pengujian normalitas data SPSS 23 tersebut, diketahui bahwa nilai signifikansi Asymp.Sig (2-tailed) sebesar 0,200 > dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

### Analisa Koefisien Determinasi

**Tabel  
Analisa Koefisien  
Determinasi Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.461 <sup>a</sup>	.213	.174	3.09091

a. Predictors: (Constant), X2  
Sumber: Hasil Penelitian 2019

Berdasarkan tabel diatas menunjukan nilai R Square 0,213 atau 21,3%. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa besarnya pengaruh variabel kualitas produk terhadap loyalitas nasabah adalah 21,3% sedangkan sisanya 78,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

### Uji t

**Tabel  
Uji t Coefficientsa**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	10.533	4.838		2.177	.042
X2	.432	.186	.461	2.326	.031

a. Dependent Variable: Y  
Sumber: Hasil Penelitian 2019

Hasil pengujian hipotesis menunjukan bahwa nilai thitung untuk kualitas produk adalah 2,326 dengan signifikansinya sebesar 0,031. Sedangkan pada taraf signifikansinya sebesar 0,05 dengan df sebesar 19 diperoleh nilai tabel sebesar 2,093 sehingga nilai thitung = 2,326 > nilai ttabel = 2,093. Dengan nilai sig. 0,031 < 0,05 maka H0 ditolak dan H1 diterima. Dengan demikian menunjukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap loyalitas nasabah di Bank BRI Syariah Bandung Suniaraja.

### Pengaruh Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) Secara Simultan Terhadap Loyalitas Nasabah Kepemilikan Rumah di Bank BRI Syariah Kantor Cabang Bandung Suniaraja

### Analisa Korelasi Berganda

**Tabel  
Analisa Korelasi Berganda Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.762 <sup>a</sup>	.581	.537	2.31473	.581	13.155	2	19	.000

a. Predictors: (Constant), x2, x1  
Sumber: Hasil Penelitian 2019

Berdasarkan tabel model summary diketahui bahwa besarnya pengaruh harga dan kualitas produk (secara simultan) terhadap loyalitas yang dihitung dengan koefisien korelasi adalah 0,768, hal ini menunjukan pengaruh yang kuat.

**Analisa Regresi Berganda**

**Tabel**  
**Analisa Regresi Berganda Coefficientsa**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1(Constant)	.513	4.376		.117	.908
x1	1.097	.269	.870	4.082	.000
x2	-.152	.199	-.162	-.760	.456

a. Dependent Variable: y  
Sumber: Hasil Penelitian 2019

Dari hasil analisis diatas, diperoleh model regresi berganda sebagai berikut:  $Y = 0,513 + 1,097x_1 - 0,152x_2$

Dari model diatas dapat dijelaskan, bahwa:

- Nilai konstanta, artinya jika semua variabel bebas memiliki nilai nol (0) maka nilai loyalitas nasabah sebesar 0,513.
- Variabel X1 terhadap Y, nilai koefesien tingkat harga untuk variabel X1 sebesar 1,097. Hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan tingkat harga satu satuan maka loyalitas nasabah (Y) akan naik sebesar 1,097 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.
- Variabel X2 terhadap Y, nilai koefesien tingkat harga untuk variabel X1 sebesar 0,152. Hal ini mengandung arti bahwa setiap kenaikan tingkat harga satu satuan maka loyalitas nasabah (Y) akan naik sebesar 0,152 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi adalah tetap.

**Analisa Koefisien Determinasi**

**Tabel**  
**Analisa Koefisien**  
**Determinasi Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.762 <sup>a</sup>	.581	.537	2.31473	.581	13.155	2	19	.000

1	.762 <sup>a</sup>	.581	.537	2.31473	.581	13.155	2	19	.000
---	-------------------	------	------	---------	------	--------	---	----	------

a. Predictors: (Constant), x2, x1  
Sumber: Hasil Penelitian 2019

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan nilai R Square 0,581 atau 58.1%. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa besarnya pengaruh variabel kualitas produk terhadap loyalitas nasabah adalah 58,1% sedangkan sisanya 41,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

**Uji F**

**Tabel Uji F**  
**ANOVAa**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	140.972	2	70.486	13.155	.000 <sup>b</sup>
Residual	101.801	19	5.358		
Total	242.773	21			

a. Dependent Variable: y  
b. Predictors: (Constant), x2, x1  
Sumber: Hasil Penelitian 2019

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa hasil Fhitung > Ftabel (13,155 > 3,52) dan signifikansi 0,000 < 0,05 maka H0 ditolak dan H1 diterima. Maka dapat dikatakan bahwa efektivitas Harga dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah di Bank BRI Syariah Bandung Suniaraja.

**5. Penutup**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan yang dilakukan mengenai pengaruh harga dan kualitas produk terhadap loyalitas nasabah kepemilikan rumah di Bank BRI syariah KC Bandung Suniaraja maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Pengaruh harga terhadap loyalitas nasabah kepemilikan rumah di Bank BRI syariah KC Bandung Sunaraja secara parsial terdapat pengaruh secara parsial hal ini dapat dilihat dari uji parsial (uji t) yaitu nilai thitung = 5,127 > nilai ttabel = 2,093. Dengan demikian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap loyalitas (Y). Sehingga H0 ditolak dan H1 diterima. Hasil ini ditunjukkan oleh nilai signifikansi untuk

- variabel harga sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 maka  $H_0$  di tolak dan  $H_a$  diterima atau variabel harga mempengaruhi variabel loyalitas.
- 2) Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas nasabah kepemilikan rumah di BRI syariah KC Bandung Suniaraja secara parsial terdapat pengaruh secara signifikan, hal ini dapat dilihat dari nilai thitung = 2,326 > nilai ttabel = 2,093. Dengan demikian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap loyalitas (Y). Sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.
  - 3) Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap loyalitas nasabah kepemilikan rumah di Bank BRI syariah KC Bandung Suniaraja secara simultan berpengaruh secara signifikan, hal ini dapat dilihat dalam uji F adalah sebesar 0,000. Karena Sig. 0,000 < 0,05, maka sebagaimana pengaruh dalam uji F dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima atau dengan kata lain harga (X1) dan kualitas produk (X2) secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas (Y). Maka sebagaimana pengaruh uji F dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima.

## 6. Daftar Pustaka

- 168, A.-Q. S.-B. (1987). *Al-Quran dan terjemahannya*. Jakarta: DEPAG.
- Aan, L. (2018). *Pengaruh kualitas produk murabahah dan pembagian nisbah terhadap keputusan nasabah di BRI Syariah Ponorogo* (Skripsi). Ponorogo.
- Al-Qahtani, M. S. (2013). *Al-wala' wal-bara': Konsep loyalitas dan permusuhan dalam Islam*. Jakarta: Ummul Qura.
- Al-Qur'an, T. (2015). *Departemen Agama RI*. Bandung: CV Darus Sunnah.
- Al-Qurthubi, S. I. (2007). *Tafsir Al-Qurthubi/Syeikh Imam Al-Qurthubi*. Jakarta: Pustaka Azzam.
- Antonio, M. S. (2007). *Bank Syariah dari teori ke praktek*. Jakarta: Gema Insani.
- BRISyariah. (2019, June 7). Retrieved from <https://www.brisyariah.co.id>
- Griffin, J. (2005). *Customer loyalty: Membutuhkan dan mempertahankan kesetiaan pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Hamid, A. R. (2008). *Lembaga keuangan*. Jakarta: Zikrul Hakim.
- Hurriyati, R. (2010). *Bauran pemasaran dan loyalitas konsumen*. Bandung: ALFABETHA.
- Iskandar, S. (2013). *Bank dan lembaga keuangan lainnya*. Penerbit In Media.
- Kasmir. (2008). *Manajemen perbankan*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Kotler, P. (2008). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip pemasaran* (Edisi 13, Jilid 1). Jakarta: Erlangga.
- Machfudz, A. S. (2010). *Metodologi riset manajemen sumber daya manusia*. Malang: UIN Maliki Press.
- Magdalena, M. (2013). *Pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah KPR BTN pada PT Bank Tabungan Negara Tbk Cabang Padang* (Skripsi). Padang.
- Priyanto, D. (2012). *Cara kilat belajar analisis data dengan SPSS 20* (Edisi kesatu). Yogyakarta: ANDI.
- Priyanto, D. (2013). *Mandiri belajar analisis data dengan SPSS*. Yogyakarta: Mediakom.
- Syafei, H. R. (2000). *Fiqih muamalah*. Bandung: Pustaka Setia.
- Qardhawi, Y. (1997). *Norma dan etika ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani.
- Sangadji, M. (2013). *Perilaku konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Santoso, S. (2012). *Panduan lengkap SPSS versi 20*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sekaran, U. (2006). *Metode penelitian untuk bisnis* (Edisi 4, Buku 1). Jakarta: Selemba Empat.
- Shihab, M. Q. (2007). *Pengantin Al-Qur'an*. Jakarta: Lentera Hati.
- Silegar, S. (2013). *Metode penelitian kuantitatif*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Sugiyono. (2003). *Metode penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2008). *Metode penelitian kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2009). *Metode penelitian kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode penelitian bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian pendekatan kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian kombinasi (mix methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif dan kombinasi (mixed methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Suryono, D. (2013). *Pelaku konsumen: Panduan riset sederhana untuk mengenali konsumen*. Yogyakarta: CAPS.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.

- Tjiptono, F. (2010). *Strategi pemasaran* (Edisi 2). Yogyakarta: Andi Offset.
- Utomo, P. D. (2006). *Analisa terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen pada operator telepon seluler* (Tesis). Universitas Gajah Mada.
- Zizah, S. A. (2016). *Pengaruh produk, harga, dan promosi terhadap keputusan konsumen dalam pembelian rumah tipe 36 pada PT Usratu Busri Kota Pontianak* (Skripsi). Pontianak.



© 2022 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution Share Alike (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).