

Analisis Dampak Dari Sikap 3a (*Attitude, Attention Dan Action*) Berbasis Syariah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Pembantu Marelan

Rahmayani Anisa

¹Fakultas Agama Islam, ²Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (Jl. Kapten Muchtar Basri No.3, Glugur Darat li, Kec. Medan Timur., Kota Medan, Sumatera Utara 20238)

email : rahmayanianisa@gmail.com

Abstrak

*Adapun tujuan yang hendak dicapai melalui penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh peranan sikap 3A (*Attitude, Attention dan Action*) berbasis syariah terhadap pencapaian loyalitas nasabah di PT. Bank SUMUT Syariah Kantor Cabang Pembantu Marelan. Rumusan masalah yang diteliti adalah seberapa besar pengaruh peranan sikap 3A (*Attitude, Attention dan Action*) berbasis syariah berpengaruh positif terhadap pencapaian loyalitas nasabah di PT. Bank SUMUT Syariah Kantor Cabang Pembantu Marelan. Metode penelitian yang penulis gunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan data dalam bentuk angka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sikap 3A (*Attitude, Attention dan Action*) berbasis syariah berpengaruh positif terhadap pencapaian loyalitas nasabah di PT. Bank SUMUT Syariah Kantor Cabang Pembantu Marelan. Sikap 3A (*Attitude, Attention dan Action*) berbasis syariah memiliki pengaruh sebesar 43,3% terhadap pencapaian loyalitas nasabah di PT. Bank SUMUT Syariah Kantor Cabang Pembantu Marelan.*

Kata kunci: *Attitude, Attention dan Action, Loyalitas Nasabah*

1. PENDAHULUAN

Perbankan syariah saat ini telah memasuki persaingan yang berskala global. Hal ini merupakan suatu tantangan yang harus dihadapi dan ditangani oleh bank syariah. Dalam kondisi seperti ini, maka perbankan syariah perlu mengedepankan profesionalisme dalam pelayanan kepada masyarakat nasabah serta mitra kerja juga harus mengedepankan kepercayaan masyarakat sebagai nasabahnya dengan lebih memperhatikan 3A unsur pokok yaitu, sikap (*Attitude*), (*Attention*) perhatiandan (*Action*) tindakan agar tetap dapat mempertahankan eksistensi nya dengan bank –bank lain yang ada di Indonesia serta dapat memberikan informasi dan kontribusi dalam pembangunan bangsa melalui pemberdayaan ekonomi umat. Kualitas sikap merupakan salah satu unsur indikator bagi konsumen untuk menilai perusahaan yang bergerak dibidang jasa dan keuangan. Nasabah tentunya menginginkan pelayanan yang berkualitas. Sikap yang berkualitas dapat tercermin oleh perusahaan yang menempatkan kinerjanya dari sebuah unsur pokok 3A yaitu, sikap (*Attitude*), (*Attention*) perhatiandan (*Action*) tindakan. Ketiga unsur tersebut bila diterapkan secara bersama-sama akan mendapatkan kualitas yang prima dan memuaskan, dengan demikian kualitas sikap melayani tergantung pada kemampuan pemilik jasa dalam memenuhi harapan nasabah secara konsisten. Kepuasan konsumen dapat dicapai dengan memberikan kualitas yang baik. Oleh karena itu, perusahaan jasa harus berfokus kepada nasabah. Wijaya menyatakan bahwa untuk dapat mengetahui pelayanan yang diinginkan, dibutuhkan, dan diharapkan oleh nasabah maka diperlukan adanya penelitian.

Kualitas layanan merupakan faktor kunci yang akan menjadi keunggulan daya saing didunia perbankan saat ini. Hal ini terjadi karena bank sebagai suatu perusahaan jasa, mempunyai ciri berupa mudah ditirunya suatu produk yang telah dipasarkan. Mengingat kemunculan bank syariah yang mengakibatkan persaingan semakin ketat pada lingkup perbankan, baik secara nasional maupun internasional. Dalam kondisi seperti ini, para bankir berusaha keras untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan menawarkan berbagai jenis produknya. Hal tersebut berdampak pada nasabah yang memiliki banyak pilihan dan kekuatan tawar-menawar nasabah semakin besar. Hal ini merupakan bagian penting dalam mendorong setiap bank menempatkan orientasinya pada kepuasan nasabah sebagai tujuan utamanya.

Kepercayaan dari masyarakat dapat diperoleh apabila pelayanan yang diberikan juga memperhatikan etika moral, sehingga perbankan tetap sanggup untuk mengambil sikap yang dapat dipertanggungjawabkan. Dalam menjalankan kegiatan pelayanan ada empat komponen pokok yang perlu diperhatikan, antara lain kecepatan, ketepatan, keramahan dan kenyamanan. Dengan demikian suatu jasa layanan tidak akan sempurna apabila ada salah satu dari komponen yang tidak sempurna. Penerapan pelayanan yang kurang memuaskan dari para pegawai yang terkait dengan pelayanan, sering mengakibatkan terjadinya complaint dari nasabah sehingga nasabah tidak puas dan tidak loyal. Kunci dari keberhasilan manajemen perbankan adalah bagaimana perbankan bisa merebut hati masyarakat sehingga peranannya sebagai *financial intermediary* (perantara keuangan) berjalan dengan baik.

Salah satu hal yang bisa merebut hati masyarakat adalah dengan adanya kinerja perbankan yang baik. Bagi konsumen, mengetahui kinerja suatu perbankan dapat membantu mengambil keputusan untuk menjadi pelanggan tetap, apakah perbankan tersebut dapat dipercaya atau tidak, oleh sebab itu saat

ini telah dikembangkan konsep dan prinsip pelayanan yang berkualitas yang disebut Pelayanan Prima (*service excellence/care*) yang diharapkan dapat dipahami dan diterapkan dalam memberikan pelayanan yang memuaskan bagi masyarakat sebagai pelanggan.

Pelayanan Prima (*service excellence/care*) dikembangkan berdasarkan tiga prinsip yaitu sikap (*attitude*), perhatian (*attention*) dan tindakan (*action*)". Kepuasan konsumen merupakan tujuan utama pelayanan prima, oleh sebab itu setiap pegawai bank berkewajiban untuk berupaya memuaskan konsumennya. Kepuasan konsumen dapat dicapai apabila pegawai dapat mengidentifikasi hal-hal yang menjadi keinginan konsumen. Pelayanan prima mengandung 3 hal pokok, yaitu adanya pendekatan sikap yang berkaitan dengan kepedulian kepada pelanggan, upaya melayani dengan tindakan yang terbaik, dan adanya tujuan untuk memuaskan pelanggan dengan berorientasi pada standar layanan tertentu. Salah satu cara dalam menciptakan dan mempertahankan hubungan yang baik dan harmonis dengan para kolega dan pelanggan adalah dengan melakukan konsep pelayanan prima berdasarkan A3 (*attitude, attention, dan action*). Pelayanan prima berdasarkan konsep A3, artinya pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dengan menggunakan pendekatan sikap (*attitude*), perhatian (*attention*), dan tindakan (*action*):

Pelayanan tidak bisa dipisahkan dengan kepuasan nasabah. Sebab tujuan utama dari pelayanan prima dengan unsur 3A sikap (*attitude*), perhatian (*attention*) dan tindakan (*action*) adalah untuk memenuhi kepuasan nasabah. Memberikan pelayanan melebihi yang diharapkan nasabah merupakan kebijakan yang perlu dikembangkan. Dengan demikian nasabah akan menjadi nasabah yang loyal untuk bisnis yang lebih besar lagi. Apabila memberi pelayanan melebihi apa yang diminta nasabah, maka bank dimata nasabah memiliki reputasi yang baik.

Memiliki nasabah yang loyal adalah salah satu tujuan akhir dari perusahaan karena loyalitas pelanggan dapat menjamin kelanggengan hidup perusahaan dalam jangka panjang. Pada dasarnya loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai sebuah kesetiaan seseorang pada sesuatu hal. Loyalitas pelanggan merupakan jaminan bagi keuntungan kompetitif, profit, dan kelangsungan dalam jangka panjang serta penting untuk mempertahankan bahkan meningkatkan loyalitas kepada perusahaan.

Dari hasil pengamatan di Bank SUMUT Syariah Kantor Cabang Pembantu Marelان terdapat fenomena bahwa beberapa nasabah merasa kurang puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak bank sehingga sering mengakibatkan terjadinya complaint dari nasabah kepada pihak bank. Kurangnya mengutamakan unsur pokok 3A sikap (*Attitude,*) (*Attention*) perhatiandan (*Action*) tindakan, kepada nasabah sebagai mitra kerja dan mitra keuangan. Kurangnya mengedepankan kepercayaan masyarakat dan nasabah sebagai nasabah sebagai mitra kerja dan keuangan. Kurangnya memberikan kepuasan yang tinggi dan tidak menjalin komunikasi yang baik kepada nasabah Berdasarkan dari paparan latar belakang tersebut, maka penulis berkeinginan untuk mengetahui tentang upaya-upaya yang dilakukan oleh PT. Bank SUMUT Syariah Kantor Cabang Pembantu Marelان sebagai salah satu lembaga keuangan dengan prinsip syariah dalam memberikan pelayanan kepada nasabah penghimpunan dana.

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Metode kuantitatif yaitu metode yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah nasabah yang ada di PT. Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Pembantu Marelan yang berjumlah 3.112 orang. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *insidental sampling*. "*Insidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel". Adapun variabel penelitian yang digunakan peneliti sebagai objek pengamatan penelitian ini adalah dengan menggunakan dua jenis variabel yaitu; variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam memperoleh informasi penelitian yaitu dengan melalui kuesioner, dan wawancara. Untuk mengolah data-data yang diperoleh peneliti menggunakan beberapa teknik metode analisis data yaitu; Uji Validitas dan Reliabilitas, Uji asumsi klasik yang mencakup uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas dan Uji Hipotesis yang mencakup Uji F, Koefisien Determinasi.

3. HASIL

1. Sejarah Singkat Bank Sumut

Bank Sumut merupakan salah satu kesatuan usaha ekonomi yang berfungsi menyelenggarakan kepentingan masyarakat dengan tujuan meningkatkan derajat hidup ekonomi masyarakat juga merupakan salah satu sarana pokok utama pertumbuhan ekonomi terutama di bidang perbankan Bank pembangunan Daerah Sumatera Utara didirikan pada tanggal 4 Nopember 1961 dengan Akte Notaris Rusli Nomor 22 dalam bentuk Perseroan Terbatas dengan nama BPDSU. Pada tahun 1962 berdasarkan Undang-Undang Nomor 13 tahun 1962 tentang ketentuan pokok Bank Pembangunan Daerah Tingkat I Sumatera Utara Nomor 5 Tahun 1965. Modal dasar pada saat itu sebesar Rp. 100 juta dan sahamnya dimiliki oleh pemerintah Daerah Tingkat II se Sumatera Utara. Pada tanggal 16 April 1999, berdasarkan peraturan Daerah Tingkat I Sumatera Utara No.2 Tahun 1999, bentuk badan dirubah kembali menjadi perseroan terbatas dengan nama Bank Sumut. Perubahan tersebut dituangkan dalam Akte Pendirian Alina Hanum Nasution SH, dan telah mendapat pengesahan dari menteri Kehakiman Republik Indonesia dibawah Nomor C-8224 HT.01.01 TH 99, serta diumumkan dalam berita Negara Republik Indonesia Nomor 54 tanggal 6 juli 1999. Modal dasar pada saat itu ditetapkan sebesar Rp.400 miliar. Dan karena pertimbangan kebutuhan proyeksi pertumbuhan bank, maka pada tanggal 15 Desember 1999 melalui Akta No31. modal dasar ditingkatkan menjadi miliar.

PT. Bank Sumut merupakan bank non devisa yang kantor pusatnya di jalan Imam Bonjol No. 18 Medan. Dalam tahun 2006, Bank telah menambah 1 kantor cabang pembantu, 4 kantor kas, 9 unit ATM dan 12 kantor kas yang mengalami peningkatan status menjadi kantor cabang sedangkan kas mobil dan payment point tidak berubah sehingga per 31 Desember 2006, Bank telah memiliki 20 kantor cabang konvensional, 21 kantor cabang pembantu, 30 kantor kas, 15 kas mobil, 1 payment point, dan 29 unit ATM. Dalam tahun 2004, Bank membuka Unit

Usaha Syariah yang telah mendapatkan izin dari Bank Indonesia Cabang Medan dengan suratnya No. 6 / 197 / DPIP / Prz / Mdn tanggal 18 Oktober 2004. Dalam tahun 2006, Bank juga menambah 1 cabang pembantu syariah sehingga per 31 Desember 2006, Bank telah memiliki 3 cabang syariah dan 1 kantor cabang pembantu. Jumlah karyawan Bank pada tanggal 31 Desember 2006 adalah 2995 masing – masing berjumlah 1.218 dan 1.044 orang.

Bank Sumut adalah bank yang dapat diandalkan untuk membantu dan mendorong pertumbuhan perekonomian dan pembangunan daerah di segala bidang serta sebagai salah satu sumber pendapatan daerah dalam rangka peningkatan taraf hidup rakyat dan mengelola dana pemerintah dan masyarakat secara professional yang didasarkan pada prinsip-prinsip compliance. Statemen budaya perusahaan ini yakni memberikan pelayanan terbaik. Sedangkan fungsi daripada Bank Sumut adalah sebagai alat kelengkapan otonomi daerah dibidang perbankan, PT. Bank Sumut berfungsi sebagai penggerak dan pendorong laju pembangunan di daerah, bertindak sebagai pemegang kas daerah yang melaksanakan penyimpanan uang daerah serta sebagai salah satu sumber pendapatan asli daerah dengan melakukan kegiatan usaha sebagai Bank umum seperti dimaksudkan pada undang-undang nomor 7 tahun 1992, perbankan sebagai mana telah di ubah dengan Undang-Undang Nomor 10 tahun 1998.

Penerapan standar pelayanan Bank Sumut merupakan hasil karya terbaik dari seluruh sumber Daya Manusia yang bertujuan untuk memberikan pelayanan yang standar sehingga para nasabah dan mitra kerja merasakan layanan yang sama dimanapun mereka berinteraksi dengan bank sumut. Sejalan dengan penerapan standar pelayanan tersebut kualitas sumber daya manusia terus ditingkatkan dengan melaksanakan pendidikan dan latihan dengan biaya sebesar Rp.9.565 juta atau 6,67% dari biaya tenaga kerja. Pada tahun 2006 juga dilakukan penerapan system penilaian manajemen loyalitas nasabah kepada seluruh pejabat structural yang bertujuan untuk lebih meningkatkan loyalitas nasabah dari pejabat karena penilaian manajemen loyalitas nasabah menjadi dasar untuk memperoleh kenaikan gaji pada tahun 2007. Untuk meningkatkan pemasaran produk dan jasa perbankan serta mendukung kegiatan operasional bank kembali direkrut 55 orang pegawai baru melalui hasil test yang dilakukan oleh pihak konsultan penerimaan pegawai yang independent, dengan demikian dari tahun 2003 s/d 2006 telah direkrut 622 orang pegawai baru. Tahun 2007 akan dilakukan restrukturisasi pengelolaan sumber daya manusia dengan melakukan perubahan dari system kepangkatan/golongan menjadi grading sehingga sistem penggajian berdasarkan grade yang telah disusun dan kenaikan gaji tidak diberikan secara berkala namun ditentukan oleh hasil loyalitas nasabahnya yang tergambar dari nilai manajemen loyalitas nasabahnya. biaya tenaga kerja PT. Bank Sumut dan 6(enam) orang pegawai akan dikirim mengikuti pendidikan S-2 diluar negeri. Untuk jurusan human resource (SDM) sebanyak 2 orang, teknologi informatika (IT) sebanyak 2 orang dan treasury and finance sebanyak 2 orang.

3. Visi, Misi dan Tujuan Perusahaan

a. Visi Perusahaan

Menjadi bank andalan untuk membantu dan mendorong pertumbuhan perekonomian dan pembangunan daerah di segala bidang salah satu sumber pendapatan daerah dalam rangka peningkatan taraf hidup rakyat.

b. Misi Perusahaan

Mengelola dana pemerintah dan masyarakat secara profesional yang di dasarkan pada prinsip-prinsip Compliance (patuh)

c. Tujuan Perusahaan

Sebagai alat kelengkapan otonomi daerah di bidang perbankan , PT Bank Sumut bertujuan sebagai penggerak dan pendorong laju pembangunan di daerah, bertindak sebagai pemegang kas daerah melaksanakan penyimpanan uang daerah serta sebagai salah satu sumber pendapatan asli daerah dengan melakukan kegiatan usaha sebagai Bank umum

d. Statement Budaya Perusahaan

“Memberikan pelayanan TERBAIK” ADALAH TEKAD SELURUH PERSONIL Bank Sumut untuk memenuhi expektasi dan kepuasan nasabah atas pelayanan yang di berikan Bank Sumut.

Berusaha untuk selalu: Terpercaya

: Energik di dalam melakukan segala kegiatan

Senantiasa bersikap: Ramah

Membina hubungan secara: bersahabat

Menciptakan suasana: aman dan yaman

4. Logo Perusahaan



Gambar 1. Logo perusahaan

Arti logo Bank Sumut adalah „sinergi” bentuk logo ini menggambarkan dua elemen dalam bentuk huruf „u” yang saling berkait ber synergy membentuk huruf „s” yang merupakan kata awal „sumut”. sebuah penggambaran bentuk kerja sama yang erat antara bank sumut dengan masyarakat Sumatera utara sebagai mana visi bank sumut „menjadi bank andalan bagi membantu dan mendorong pertumbuhan ekonomi dan pembangunan daerah dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat.

Warna orange sebagai symbol suatu hasrat untuk terus maju yang di lakukandengan energik yang di padau dengan warna biru yang sportif dan fropesional sebagai mana misi Bank sumut „mengelola bdana pemerintah dan masyarakat secara professional yang di dasarkan pada prinsip-prinsip compliance” sedang warna putih ungkapan ketulusan hati untuk melayani sebagai mana statement bank sumut „memberikan pelayanan terbaik.

Jenis huruf „palatino bold” sederhana dan mudah di baca. Penulisan bank dengan huruf kecil dan sumut dengan huruf capital guna lebih mengedepankan Sumatera utara, sebagai gambaran keinginan dana dukungan untuk membangun dan membesarkan Sumatera utara.

B. Penyajian Data

1. Deskripsi Data

Dalam penelitian ini, penulis menjadikan pengolahan data dalam bentuk angket yang terdiri dari 3 pernyataan untuk variabel X_1 , 3 pernyataan untuk variabel X_2 , 4 pernyataan untuk variabel X_2 dan 4 pertanyaan untuk variabel Y, di mana yang menjadi variabel X_1 adalah *attitude*, yang menjadi variabel X_2 adalah *attention*, yang menjadi variabel X_3 adalah *action*, yang menjadi variabel Y adalah loyalitas nasabah. Angket yang diberikan ini diberikan kepada 97

responden sebagai sampel penelitian dengan menggunakan skala Likert berbentuk tabel ceklis.

Tabel 1. Skala Pengukuran Likert

Pernyataan	Bobot
Sangat setuju	5
Setuju	4
Kurang setuju	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Pada tabel di atas berlaku baik di dalam menghitung variabel X_1 , X_2 dan X_3 yaitu variabel bebas (terdiri dari variabel *attitude*, variabel *attention*, variabel *action*) maupun variabel Y yaitu variabel terikat (loyalitas nasabah). Dengan demikian skor angket dimulai dari skor 5 sampai 1.

Data-data yang telah diperoleh dari angket akan disajikan dalam bentuk kuantitatif dengan responden sebanyak 97 orang. Adapun dari ke-97 responden tersebut identifikasi datanya disajikan penulis sebagai berikut.

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki-laki	42	43,30%
2	Perempuan	55	56,70%
	Jumlah	97	100,00%

Sumber: data diolah (2021)

Tabel di atas menjelaskan bahwa dari 97 responden yang diteliti, responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 43,3%, sedangkan responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 56,7%.

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	15-25 tahun	30	30,93%
2	26-28 tahun	16	16,49%
3	29-60 tahun	51	52,58%
	Jumlah	97	100,00%

Sumber: data diolah (2021)

Tabel di atas menjelaskan bahwa dari 97 responden yang diteliti, responden yang berusia 15-25 tahun adalah sebanyak 30 orang (30,93%). Responden yang berusia 26-28 tahun adalah sebanyak 16 orang (16,49)%. Sedangkan responden yang berusia 29-60 tahun adalah sebanyak 51 orang (52,58%)

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

No.	Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
1	SMA	47	48,45%
2	D-3	33	34,02%
3	S-1	17	17,53%
	Jumlah	97	100,00%

Sumber: data diolah (2021)

Tabel di atas menjelaskan bahwa dari 97 responden yang diteliti, responden yang berpendidikan SMA adalah sebanyak 47 orang (48,45%). Responden yang berpendidikan D-3 adalah sebanyak 33 orang (34,02)%. Responden yang berpendidikan S-1 adalah sebanyak 17 orang (17,53%).

a. Variabel Loyalitas nasabah (Y)

Adapun hasil tabulasi data responden pada penelitian ini untuk variabel loyalitas nasabah diperoleh hasil data sebagai berikut:

Tabel 5. Skor Angket untuk Variabel Loyalitas nasabah (Y)

No. Per	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	51	52,58%	31	31,96%	10	10,31%	5	5,15%	0	0,00%	97	100%
2	59	60,82%	12	12,37%	26	26,80%	0	0,00%	0	0,00%	97	100%
3	55	56,70%	12	12,37%	28	28,87%	2	2,06%	0	0,00%	97	100%
4	45	46,39%	20	20,62%	30	30,93%	2	2,06%	0	0,00%	97	100%

Sumber: data diolah (2021)

b. Variabel Attitude (X₁)

Adapun hasil tabulasi data responden pada penelitian ini untuk variabel attitude diperoleh hasil data sebagai berikut:

Tabel 6. Skor Angket untuk Variabel Attitude (X₁)

No. Per	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	34	35,05%	21	21,65%	35	36,08%	7	7,22%	0	0,00%	97	100%
2	37	38,14%	29	29,90%	21	21,65%	10	10,31%	0	0,00%	97	100%
3	36	37,11%	22	22,68%	30	30,93%	9	9,28%	0	0,00%	97	100%

Sumber: data diolah (2021)

c. Variabel Attention (X₂)

Adapun hasil tabulasi data responden pada penelitian ini untuk variabel lokasi diperoleh hasil data sebagai berikut:

Tabel 7. Skor Angket untuk Variabel Attention (X₂)

No. Per	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	53	54,64%	14	14,43%	17	17,53%	13	13,40%	0	0,00%	97	100%
2	69	71,13%	13	13,40%	14	14,43%	1	1,03%	0	0,00%	97	100%
3	48	49,48%	18	18,56%	25	25,77%	6	6,19%	0	0,00%	97	100%

Sumber: data diolah (2021)

Tabel 8. Skor Angket untuk Variabel Action (X₃)

No. Per	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	39	40,21%	18	18,56%	34	35,05%	6	6,19%	0	0,00%	97	100%
2	37	38,14%	21	21,65%	34	35,05%	5	5,15%	0	0,00%	97	100%
3	43	44,33%	17	17,53%	30	30,93%	7	7,22%	0	0,00%	97	100%
4	31	31,96%	25	25,77%	34	35,05%	7	7,22%	0	0,00%	97	100%

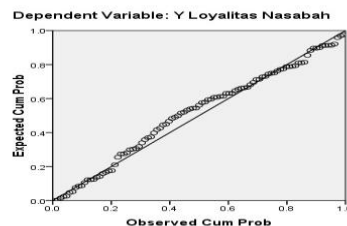
Sumber: data diolah (2021)

2. Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 2. Grafik Normalitas Data

Kriteria pengujian:

1. Data berdistribusi normal apabila sebaran data mengikuti garis diagonal.
2. Data berdistribusi normal apabila sebaran data mengikuti garis diagonal.

Pada pendekatan grafik, data berdistribusi normal apabila titik mengikuti data di sepanjang garis diagonal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji korelasi antara variabel independen. Jika terjadi korelasi maka ada gejala multikolinearitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independennya.

Tabel 9. Uji Multikolinearitas Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.029	1.551		2.598	.011		
	X1 Attitude	.255	.083	.248	3.075	.003	.934	1.071
	X2 Attention	.305	.099	.273	3.088	.003	.781	1.281
	X3 Action	.390	.094	.368	4.159	.000	.778	1.286

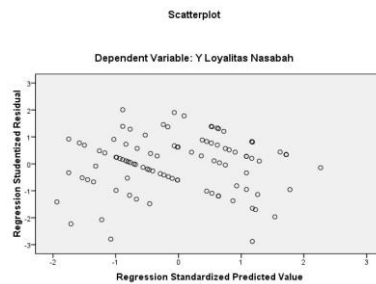
a. Dependent Variable: Y Loyalitas Nasabah

Kriteria pengujian:

1. Adanya multikolinearitas bila nilai Tolerance < 0,10 atau nilai VIF > 0.
2. Tidak adanya multikolinearitas bila nilai Tolerance > 0,10 atau nilai VIF < 0.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan analisis grafik. Pada analisis grafik, suatu model regresi dianggap tidak mengalami heteroskedastisitas jika titik menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas dan tersebar baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y.



Gambar 3. Pengujian Heteroskedastisitas

Gambar di atas memperlihatkan titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y, hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk variabel independen maupun variabel bebasnya.

3. Regresi Linier Berganda

Adapun hasil pengolahan data melalui SPSS adalah sebagai berikut:

Tabel 10. Hasil Regresi Linier Berganda Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.029	1.551		2.598	.011		
	X1 Attitude	.255	.083	.248	3.075	.003	.934	1.071
	X2 Attention	.305	.099	.273	3.088	.003	.781	1.281
	X3 Action	.390	.094	.368	4.159	.000	.778	1.286

a. Dependent Variable: Y Loyalitas Nasabah

Sumber: Data diolah dengan menggunakan SPSS (2021) Dari tabel di atas, maka model persamaan regresinya adalah:

$$Y = 4,029 + 0,255 X_1 + 0,305 X_2 + 0,390 X_3.$$

Keterangan:

Y = Loyalitas nasabah

X_1 = *Attitude*

X_2 = *Attention*

X_3 = *Action*

Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa:

- Variabel *attitude* dan *attention* mempunyai arah koefisien yang bertanda positif terhadap loyalitas nasabah.
- Koefisien *attitude* memberikan nilai sebesar 0,255 yang berarti bahwa semakin baik *attitude* maka loyalitas nasabah akan semakin meningkat.
- Koefisien *attention* memberikan nilai sebesar 0,305 yang berarti bahwa semakin baik *attention* maka loyalitas nasabah akan semakin meningkat.
- Koefisien *attention* memberikan nilai sebesar 0,390 yang berarti bahwa semakin baik *attention* maka loyalitas nasabah akan semakin meningkat.

4. Uji Hipotesis

a. Uji F

Tabel 11. Uji F ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	193.533	3	64.511	23.671	.000 ^a
	Residual	253.457	93	2.725		
	Total	446.990	96			

a. Predictors: (Constant), X3 Action, X1 Attitude, X2 Attention

b. Dependent Variable: Y Loyalitas Nasabah

Sumber: Data diolah dengan menggunakan SPSS (2021)

Dari data di atas dan pengolahan SPSS dapat diketahui:

$$F_{hitung} = 23,671$$

$$F_{tabel} = 2,703$$

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai F_{hitung} adalah 23,671 dengan tingkat signifikan 0,000, sedangkan F_{tabel} 2,703 dengan signifikan 0,05.

Dengan demikian $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ yakni $23,671 \geq 2,703$, Nilai 23,671 lebih besar dari 2,703 menunjukkan t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} , artinya H_0 ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh signifikan antara *attitude* dan *attention* terhadap loyalitas nasabah.

5. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi merupakan besar yang menunjukkan besarnya variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independennya. Dengan kata lain, koefisien determinasi ini digunakan untuk mengukur seberapa jauh variabel-variabel bebas dalam menerangkan variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai R square sebagaimana dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 12. Uji Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.658 ^a	.433	.415	1.65086	2.555

a. Predictors: (Constant), X3 Action, X1 Attitude, X2 Attention

b. Dependent Variable: Y Loyalitas Nasabah

Sumber: Data diolah dengan menggunakan SPSS (2021)

Dari hasil perhitungan dapat diketahui bahwa koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,433. Hal ini berarti 43,3% variasi variabel loyalitas nasabah (Y) ditentukan oleh kedua variabel independen yaitu *attitude* (X_1) dan *attention* (X_2). Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

4. PEMBAHASAN

Dari hasil pengujian terlihat bahwa semua variabel bebas (*attitude* dan *attention*) mempunyai pengaruh positif terhadap variabel terikat (loyalitas nasabah). Hasil rinci analisis dan pengujian tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh *Attitude* terhadap Loyalitas nasabah

Attitude (sikap) adalah suatu kecenderungan untuk mereaksi suatu hal, orang atau benda dengan suka, tidak suka atau acuh tak acuh. Dengan demikian, pada prinsipnya sikap itu dapat kita anggap suatu kecenderungan seseorang untuk bertindak dengan cara tertentu. Kecenderungan mereaksi atau sikap seseorang terhadap sesuatu hal, orang atau benda dengan demikian bisa tiga kemungkinan, yaitu suka (menerima atau senang), tidak suka (menolak atau tidak senang) dan sikap acuh tak acuh.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel *attitude* (X_1) terhadap variabel loyalitas nasabah (Y), artinya bahwa ada pengaruh atau hubungan yang searah antara *attitude* terhadap loyalitas nasabah secara nyata. Jadi, perusahaan harus memperhatikan implikasi antara variabel *attitude* terhadap loyalitas nasabah.

2. Pengaruh *Attention* terhadap Loyalitas nasabah

Attention (perhatian) adalah pemusatan atau konsentrasi dari seluruh aktifitas individu yang ditujukan kepada sesuatu atau. Sedangkan dalam dunia bisnis *attention* (perhatian) dapat diartikan sebagai tindak untuk memperhatikan keinginan pelanggan serta focus dalam menciptakan kepuasan nasabah. Atensi tersebut dapat diwujudkan dengan berbagai cara, misalnya mencermati karakter nasabah yang datang, memahami kepentingan dan kebutuhan nasabah, serta mampu memberikan nasihat kepada nasabah jika diperlukan.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel *attention* (X_2) terhadap variabel loyalitas nasabah (Y), artinya bahwa ada pengaruh atau hubungan yang searah antara *attention* terhadap loyalitas nasabah secara nyata. Jadi, perusahaan harus memperhatikan implikasi antara variabel *attention* terhadap loyalitas nasabah.

3. Pengaruh *Action* terhadap Loyalitas nasabah

Action (tindakan) adalah tindakan yang dilaksanakan untuk mengatasi sesuatu. Contoh: tindakan yang tegas. Arti lainnya dari tindakan adalah sesuatu yang dilakukan. Tindakan berasal dari kata dasar tindak, tindakan adalah sebuah homonim karena arti-artinya memiliki ejaan dan pelafalan yang sama tetapi maknanya berbeda. Tindakan memiliki arti dalam kelas nomina atau kata benda sehingga tindakan dapat menyatakan nama dari seseorang, tempat, atau semua benda dan segala yang dibendakan.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel *action* (X_2) terhadap variabel loyalitas nasabah (Y), artinya bahwa ada pengaruh atau hubungan yang searah antara *action* terhadap loyalitas nasabah secara nyata. Jadi, perusahaan harus memperhatikan implikasi antara variabel *action* terhadap loyalitas nasabah.

4. Pengaruh *Attitude*, *Attention* dan *Action* terhadap Loyalitas nasabah

Loyalitas nasabah adalah komitmen yang kuat dari nasabah untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa yang disukai secara konsisten di masa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menimbulkan perilaku untuk berpindah. Jadi dapat disimpulkan bahwa loyalitas nasabah sebagai bagian dari kegiatan manusia yang selalu berubah sesuai dengan pengaruh lingkungan dan sosial dimana dia berada. Namun perilaku nasabah yang diharapkan tetap terus ada bagi perusahaan adalah loyalitas.

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan *attitude* (X_1) dan *attention* (X_2) terhadap loyalitas nasabah (Y) maka kedua faktor tersebut dapat membentuk loyalitas nasabah (Y). Ini artinya ada pengaruh atau hubungan yang searah dan nyata antara variabel bebas (*attitude* dan *attention*) terhadap variabel terikat (loyalitas nasabah) secara bersamaan atau dengan kata lain, jika *attitude* (X_1) dan *attention* (X_2) ditingkatkan maka secara bersama-sama dapat pula meningkatkan loyalitas nasabah (Y). Jadi, perusahaan harus memperhatikan implikasi antara variabel *attitude*, *attention* dan *action* terhadap loyalitas nasabah.

5. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian, analisis data dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Sikap 3A (*Attitude*, *Attention* dan *Action*) berbasis syariah berpengaruh positif terhadap pencapaian loyalitas nasabah di PT. Bank SUMUT Syariah Kantor Cabang Pembantu Marelan.
2. Sikap 3A (*Attitude*, *Attention* dan *Action*) berbasis syariah memiliki pengaruh sebesar 43,3% terhadap pencapaian loyalitas nasabah di PT. Bank SUMUT Syariah Kantor Cabang Pembantu Marelan.

6. REFERENSI

- Andriani, D., & Juliandi, A. (2016). Preferensi masyarakat kota Medan terhadap bank syariah. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, 8(2).
- Bara, A. L., & Pradesyah, R. (2019). Analysis of The Management of Productive Zakat At The Muhammadiyah, City of Medan. In *Proceeding International Seminar of Islamic Studies* (Vol. 1, No. 1, pp. 617-623).
- Cahayani, A. (2005). Strategi dan Kebijakan Manajemen Sumber Daya Manusia, Jakarta: PT Indeks.
- Departemen Agama Republik Indonesia. (1997). Al-Qur'an dan Terjemahannya, Jakarta: Depag RI.
- Grensing, L. P. (2012). Human Resources Book: Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Bisnis, Jakarta: Prenada.
- Handoko, T. H. (2012). Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia, Yogyakarta: BPFE.
- Hasanah, U., & Sihotang, M. K. (2020). Pemanfaatan Tabungan Haji Dan Umrah Bank Muamalat Oleh PT. Sabrina Al-Fikri Dalam Menjaring Nasabah Di Kota Medan. *AGHNIYA: Jurnal Ekonomi Islam*, 3(1).
- Hasibuan, M. (2012). Manajemen Sumber Daya manusia, Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Juliandi, A. (2014). Paramater Prestasi Kerja Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 14(01).
- Juliandi, A., Manurung, S., & Satriawan, B. (2018). *Mengolah data penelitian bisnis dengan SPSS*. Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah AQLI.
- Mangkunegara, AA. A.P. (2013). Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muhammad bin Ismail Abu Abdillah al-Bukharyal-Ja'fi, 1987/1407. al-Jami al-Shahih alMuhtashar, Jilid I, Beirut: Dar ibn Katsir.
- Pohan, S. (2017). Peranan Penggunaan Agunan Di Bank Islam Hubungannya Dengan Sistem Operasional Perbankan Syariah Di Medan. *Intiqad: Jurnal Agama dan Pendidikan Islam*, 8(2), 120-146.
- Pohan, S. (2018). Pelatihan Fardhu Kifayah Dan Pelatihan Khatib Jumat Pada Warga Muhammadiyah Cabang Medan Denai Di Kota Medan. *JURNAL PRODIKMAS Hasil Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2).
- Pohan, S., & Lubis, F. (2019). METODE ASII SEBAGAI PEMBINAAN JAMAAH MANIS DI PRM SEROJA CABANG MUHAMMADIYAH MEDAN DENAI. *IHSAN: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*, 1(2), 203-204.
- Pohan, S., & Sirait, F. Y. (2020, February). Analysis Management Of Mosque Taqwa Contribution In Assisting Revenue Jamaah To Members Muhammadiyah In Medan. In *Proceeding International Seminar Of Islamic Studies* (Vol. 1, No. 1, Pp. 740-745).
- Pohan, S., & Sirait, F. Y. (2021, February). The Strategy Of Principal In The Implementation Of Character Education In Smp Muhammadiyah 1 Medan. In *Proceeding International Seminar Of Islamic Studies* (Vol. 2, No. 1, Pp. 242-248).
- Pradesyah, R. (2017). Analisis Pengaruh Nilai Tukar Rupiah dan Laba Bersih Terhadap Kinerja Harga Saham Bank Panin Syariah. *Intiqad: Jurnal Agama dan Pendidikan Islam*, 8(2), 101-119.
- Pradesyah, R. (2017). Analisis Pengaruh Non Performing Loan, Dana Pihak Ketiga, Terhadap Pembiayaan Akad Mudharabah di Bank Syariah. *Intiqad: Jurnal Agama dan Pendidikan Islam*, 9(1), 93-111.
- Pradesyah, R. (2018). Analisis Penerapan Fatwa MUI Wisata Halal (Studi Kasus Hotel Syariah Medan). *Intiqad: Jurnal Agama dan Pendidikan Islam*, 10(2), 334-348.
- Pradesyah, R. (2018). Analisis Perkembangan Akad-Akad Di Bank Syariah. *Aghniya: Jurnal Ekonomi Islam*, 1(1).
- QORIB, M., & JULIANDI, A. (2018). ISLAMIC ORGANIZATIONAL CULTURE MODEL DALAM PERUSAHAAN BISNIS ISLAM. *Kumpulan Penelitian dan Pengabdian Dosen*, 1(1).

- Rahmawati, R., & Rochintaniawati, D. (2021). Thinking Disposition Profile of Class XI IPA Students in a Palembang School. *ISEJ: Indonesian Science Education Journal*, 2(2), 78-82.
- Rahmayati, R. (2020). Strategi Peningkatan Portofolio Pembiayaan Melalui Syndicated Financing Di Bank Syariah Kota Medan. *AGHNIYA: Jurnal Ekonomi Islam*, 2(2).
- Rivai, V. (2011). Manajemen Sumber Daya Manusia untuk. Perusahaan, Cetakan Pertama, Jakarta: PT. Raja GrafindoPersada.
- Samsudin, S. (2010). Manajemen Sumber Daya Manusia, Bandung: Pustaka Setia.
- Sarwoto. (2010). Dasar-dasar Organisasi dan Manajemen, Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Sihotang, M. K., & Hasanah, H. (2021, February). ISLAMIC BANKING STRATEGY IN FACING THE NEW NORMAL ERA DURING THE COVID 19. In *Proceeding International Seminar of Islamic Studies* (Vol. 2, No. 1, pp. 479-485).
- Sihotang, M. K., & Umayya, E. (2021). Analisis Pelaksanaan Strategi Positioning Pada Toko Roti Master Bread Perdagangan. *AGHNIYA: Jurnal Ekonomi Islam*, 3(1), 33-42.
- Sihotang, M. K., & Umayya, E. (2021). Analisis Pelaksanaan Strategi Positioning Pada Toko Roti Master Bread Perdagangan. *AGHNIYA: Jurnal Ekonomi Islam*, 3(1), 33-42.
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, Bandung: Alfabeta.
- Sutarto. (2006). Dasar-dasar Organisasi, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Sutrisno, E. (2011). Manajemen Sumber Daya Manusia, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Syani, A. (2012). Manajemen Perbankan, Jakarta: Bumi Aksara.
- Wahyudi, B. (2012). Manajemen Sumber Daya Manusia, Jakarta: Sulita. 2012.