



Pengaruh (*Attitude, Attention, dan Action*) Karyawan terhadap Loyalitas Nasabah pada Pt. Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan Karya

Angelly Pratiwi^{1*}, Nurbaiti², Muhammad Ikhsan Harahap³

¹⁻³ Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, Indonesia

angellypratiwi10@gmail.com¹, nurbaiti@uinsu.ac.id², m.ikhsan.harahap@uinsu.ac.id³

Alamat: Jl. Prof Hm Yamin, Medan Perjuangan, Medan

Korespondensi penulis: angellypratiwi10@gmail.com*

Abstract. *The purpose of this research is to determine the influence of employee roles (Attitude, Attention and Action) on achieving customer loyalty at PT. North Sumatra Bank Medan Karya Sharia Branch Office. The influence of employee roles (Attitude, Attention and Action) has a positive effect on achieving customer loyalty at PT. North Sumatra Bank Medan Karya Sharia Branch Office. Quantitative research is research that uses data in the form of numbers. This shows that (Attitude, Attention and Action) have a positive effect on achieving customer loyalty at PT. North Sumatra Bank Medan Karya Sharia Branch Office. (Attitude, Attention and Action) has an influence of 98.4% on achieving customer loyalty at PT. North Sumatra Bank Medan Karya Sharia Branch Office. Meanwhile, 1.6% is influenced by other factors not included in the regression model. The significance of the variables (Attitude, Attention and Action) is 0.000, which is less than the significant value level used, namely 0.05. The attitude variable is 26.116, the value is above the research value, namely 1.984. The Attention variable is 7.708, the value is above the research value, namely 1.984. The Action variable is 8.256, the value is above the research value, namely 1.984.*

Keywords: *attitude, attention and action, customer loyalty.*

Abstrak. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh peranan (*Attitude, Attention dan Action*) karyawan terhadap pencapaian loyalitas nasabah di PT. Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan Karya. Pengaruh peranan (*Attitude, Attention dan Action*) karyawan berpengaruh positif terhadap pencapaian loyalitas nasabah di PT. Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan Karya. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan data dalam bentuk angka. Hal ini menunjukkan bahwa (*Attitude, Attention dan Action*) berpengaruh positif terhadap pencapaian loyalitas nasabah di PT. Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan Karya. (*Attitude, Attention dan Action*) memiliki pengaruh sebesar 98,4% terhadap pencapaian loyalitas nasabah di PT. Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan Karya. Sedangkan 1,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi. Signifikan variabel (*Attitude, Attention dan Action*) adalah 0,000 yang mana nilai itu kurang dari tingkat nilai signifikan yang digunakan yaitu 0,05. Variabel attitude sebesar 26,116 nilainya berada diatas penelitian yaitu 1,984. Variabel Attention sebesar 7,708 nilainya berada diatas penelitian yaitu 1,984. Variabel Action sebesar 8,256 nilainya berada diatas penelitian yaitu 1,984.

Kata kunci: attitude, attention dan action, loyalitas nasabah.

1. LATAR BELAKANG

Sekarang ini, perkembangan dunia di era globalisasi kian hari semakin signifikan mengalami kemajuan. Sehingga untuk mempertahankan eksistensi perusahaan, sumber daya manusia yang bermutu menjadi sumber kekuatan untuk perusahaan dalam menghadapi perkembangan dan perubahan zaman yang sangat pesat. Pencapaian tujuan perusahaan akan terbantu melalui keikutsertaan sumber daya manusia yang bermutu dan berkualitas. Maka dari itu, yang perlu ditingkatkan saat ini ialah kepuasan pelanggan.

Kepuasan nasabah dalam dunia perbankan sangatlah diprioritaskan sebab menjadi penentu gagal atau berhasilnya sebuah usaha perbankan. Bank Syariah di Indonesia sudah

melalui perkembangan yang cukup signifikan. Tetapi seiring berjalannya waktu, perbankan syariah mesti diperkuat oleh sumber daya insani yang mumpuni dari segi mutu dan jumlahnya. Tetapi faktanya, sumber daya yang turut serta dalam institusi syariah ternyata tidak mempunyai pengalaman praktis ataupun akademik dalam perbankan syariah. Karenanya profesionalisme dan produktivitas perbankan syariah akan bisa dipengaruhi oleh keadaan seperti ini (Muhammad, 2005).

Profesionalisme perlu dikedepankan oleh perbankan syariah dalam keadaan yang seperti ini dalam sebuah pelayanan kepada masyarakat, mitra kerja dan nasabah yang turut memprioritaskan keyakinan masyarakat selaku nasabah dengan cara memerhatikan unsur pokok pelayanan prima yakni *attention*, *attitude* dan *action*. Karenanya, dengan sendirinya nasabah akan menjadi lebih loyal dalam bisnis yang lebih berkembang lagi.

PT. Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan Karya bertempat di jalan karya 126 E, Kelurahan Karang Berombak, Kecamatan Medan Barat. Berdasarkan hasil penelusuran di PT. Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan Karya, ada sebuah fenomena dimana mutu pelayanan yang disuguhkan oleh pihak Bank tidak mampu memuaskan nasabah sehingga *complaint* kerap munculnya dari nasabah kepada pihak Bank. Untuk menguatkan asumsi sementara penelitian ini, maka dilakukan wawancara terkait analisis sikap *attitude*, *attention* dan *action* karyawan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan Karya. Peneliti mengambil 10 nasabah PT. Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan Karya pada hari Selasa Tanggal 07 Februari 2023, pukul 10.00 WIB saat peneliti melakukan magang di bank tersebut.

Berdasarkan dari hasil wawancara peneliti langsung dengan beberapa nasabah sebanyak 10 nasabah, didapatkan 4 nasabah yaitu bernama Pak Regi, Pak Bomi, Bu Freska, dan Bu Nindi yang mengalami permasalahan yang menyatakan bahwa terdapat tindakan yang kurang berkenan didapatkan oleh nasabah, sehingga saat nasabah bertransaksi maupun mengeluh tentang keuangan beliau di bank tersebut tidak dilakukan dengan cepat, nasabah tidak terlalu menangkap apa yang dikatakan oleh pihak bank sehingga membuat nasabah kebingungan harus bagaimana menyelesaikan permasalahan keuangan yang tersimpan di bank tersebut (Regi., interview, 07 Februari 2023). Lalu terdapat 2 nasabah bernama Pak Rial dan Pak Bambang yang kurang mendapatkan pelayanan bagus karena terdapatnya komunikasi yang kurang baik dengan pihak bank, sehingga ada terjadi kesalahpahaman dengan nasabah. Hal ini membuat ketidaknyaman nasabah karena komunikasi yang terjalin kurang baik (Rial., interview, 07 Februari 2023). Dan 4 nasabah lainnya bernama Bu Lily, Bu Dea, Bu Yus, dan Pak Santo yang menyebutkan pelayanan yang disuguhkan pihak bank kurang memuaskan,

karenanya nasabah kurang mendapatkan kepercayaan pada pihak bank (Lily., interview, 07 Februari 2023).

Dari wawancara diatas yang dilakukan dengan 10 nasabah, karenanya bisa dibuat kesimpulan bahwa PT. Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan Karya mencakup permasalahan diantaranya ialah kurang memprioritaskan unsur pokok *Attitude* (Sikap), *Attention* (Perhatian) dan *Action* (Tindakan), serta kurangnya memberi kepercayaan lebih pada nasabah sebagai mitra keuangan dan mitra kerja. Kemudian, tidak terjalinnya komunikasi yang baik pada nasabah dan kurangnya memberi kepuasan yang tinggi kepada nasabah. Sehingga hal ini membuat nasabah kurang nyaman dan tidak terciptanya loyalitas nasabah.

Maka dari itu PT. Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan Karya yang merupakan sebuah perbankan ternama pastinya harus memiliki pelayanan yang bagus dan baik. Hal ini juga guna untuk mempertahankan kelangsungan operasional dari PT. Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan Karya. Selain mempertahankan operasional, juga dapat memiliki citra pemasaran yang bagus, bukan dilihat dari produk yang dimiliki namun dari pelayanan yang disuguhkan kepada nasabah.

Berlandaskan pemaparan dan latar belakang yang sudah diuraikan, karenanya penulis hendak lebih dalam mengulik perihal upaya-upaya yang oleh PT. Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan Karya lakukan sebagai sebuah lembaga keuangan dengan prinsip syariah dalam menyuguhkan pelayanan bagi nasabah penghimpunan dana.

2. KAJIAN TEORITIS

Loyalitas Nasabah

Menurut Griffin dalam Sorayanti Utami menyebut loyalitas nasabah sebagai sebuah komitmen yang secara khusus untuk membela dan kembali membeli dan berlangganan pada layanan atau produk yang secara konsisten dipilih di masa mendatang, walaupun dampak situasi dan usaha pemasaran mempunyai peluang untuk memicu perubahan tingkah laku. Peristiwa sejenis ini bila dihubungkan dengan industri perbankan di Indonesia sehingga bank harus memutuskan langkah yang tepat melalui cara memelihara para nasabah yang loyal. Sebab keuntungan akan banyak diperoleh dari nasabah yang loyal tersebut.

Biasanya, loyalitas ada hubungannya dengan sikap menurut, kesetiaan serta hendak menerima apa adanya pun juga sukar beralih kepada tujuan lain (Endarmita, 2013). Salah satu faktor yang juga penting bagi keputusan menabung seorang nasabah ialah kemudahan dalam melakukan transaksi. Kemudahan yang dimaksud ialah memperlihatkan bahwa penggunaannya yang mudah dipahami supaya menjadi daya Tarik nasabah dalam memakainya

(Nurbaiti & Dkk., 2022). Asumsi ini memperkuat dan menjadi alasan penting untuk nasabah dalam melakukan pembelian secara berkelanjutan (Hasanah, 2013).

Sikap 3A (Attitude , Attention dan Action)

a. Pengertian Attitude (Sikap)

Attitude (sikap) merupakan sebuah sikap dalam melayani pelanggan dan harus ditonjolkan yakni dengan bersikap murah senyum, ramah dan juga sabar sebab pada hakikatnya pembeli adalah raja. Kualitas pelayanan bisa dipengaruhi oleh sikap (*attitude*) apakah nasabah sudah merasa puas atau sebaliknya. Nasabah yang memiliki sikap positif akan cenderung terus menerus menggunakan produk atau jasa perusahaan. Kebalikannya, bilamana nasabah merasakan sikap negatif maka menjadikan nasabah untuk berhenti memakai produk atau jasa tersebut.

Kepuasan konsumen merupakan perasaan kecewa atau senang seseorang yang timbul usai membandingkan hasil (kinerja) produk yang ada di pikirannya terhadap kinerja yang diharapkan. “Retensi pelanggan dan kemauan beralih adalah faktor yang secara langsung menentukan kepuasan pelanggan” (Kotler & Keller, 2007).

b. Attention (Perhatian)

Dimaknai dengan konsentrasi atau pemusatan dari semua kegiatan individu yang diarahkan kepada sesuatu. Sementara perhatian (*attention*) dalam dunia bisnis diartikan pula dengan tindakan untuk memelihara kemauan pelanggan pun juga fokus dalam memunculkan kepuasan nasabah. Ada banyak cara untuk mewujudkan agensi tersebut, contohnya memahami kebutuhan dan kepentingan nasabah, mencermati karakter nasabah yang datang hingga bisa menasehati kepada nasabah bila dibutuhkan (Walgito, 1997).

Pihak perusahaan atau perbankan dalam hal ini harus bisa menciptakan sebuah media informasi supaya menciptakan daya tarik untuk nasabah dan konsumennya. Membuat gambar atau kata yang powerfull supaya bisa menarik perhatian, membuat sebuah pernyataan yang menunjukkan perhatian orang serta berhenti dan memperhatikan isi pesan selanjutnya serta mendengar dengan seksama dan memahami semua hal yang diutarakan oleh nasabah (Moenir, 2006).

c. Action (Tindakan)

Dalam dunia perbankan, *action* disebut sebagai aksi nyata yang dijalankan saat melayani nasabah. Seperti misalnya, keinginan nasabah harus selalu diperhatikan oleh pegawai bank dalam konsep tindakan. Nasabah harus segera dilayani bilamana mulai memperlihatkan minat membeli produk serta memberi mereka dukungan yang diperlukan supaya nasabah merasa terpuaskan akan pelayanan tersebut. Contohnya saja dengan tepat waktu melaksanakan

transaksi, mencatat keperluan nasabah, menyuguhkan jasa atau barang terbaik yang dipunya serta memberi ucapan terima kasih kepada nasabah (Mustari, 2017).

Sikap Pelayanan Berbasis Syariah

Disetiap menjalankan pekerjaan, etika atau aspek sikap merupakan dasar yang mesti selalu diperhatikan. Diantara bersikap baik budi, bekerja dengan baik dengan dilandasi iman dan taqwa, amanah dan jujur, kesesuaian upah, kuat, tidak mencuri, tidak menipu, proporsional (tidak semena-mena), tidak mengabaikan sesuatu, profesional dan ahli hingga menjauhi pekerjaan yang berlawanan dengan syariat Islam dan hukum Allah (Al-Quran dan Hadits).

Sebelum menjalankan pekerjaannya, seorang karyawan harus menguasai dasar-dasar pelayanan mengingat beraneka ragamnya karakteristik tiap-tiap nasabah. Berikut ini adalah dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami : (Fisher, 2004) bersikap akrab, penuh dengan senyum dan percaya diri, berpenampilan rapi dan bersih, secara lembut menyapa dan berupaya menyebut nama bila sudah mengenal nasabah, ketika berbicara memakai bahasa yang baik dan benar, sopan, tenang, tekun mendengarkan setiap percakapan dan lainnya.

Terdapat beberapa karakteristik pelayanan dengan basis syariah yang bisa dimanfaatkan sebagai pedoman supaya lebih efektifnya pelaksanaan atau pengaplikasian sikap pelayanan dalam perbankan, yaitu: senyum, sapa, dan salam (Engel & Dkk 2007) menyatakan bahwa ucapan terima kasih bagi konsumen bisa menjadi sebuah penguah yang efektif.

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang dipakai ialah metode kuantitatif sebab penelitian ini mengulas tentang pengaruh sikap (*attitude*, *attention* dan *action*) berbasis syariah terhadap loyalitas nasabah PT. Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan Karya.

Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini berlokasi di PT. Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan Karya yang bertempat di Jl. Karya No.126 E, Karang Berombak, Kec. Medan Barat, Kota Medan.

Jenis Dan Sumber Data

Jenis data yang dipergunakan dalam penelitian ini ialah data kuantitatif, yakni jenis data yang didapat dari perusahaan dalam bentuk bilangan atau angka sebagai alat untuk mempermudah keterangan terkait apa saja yang hendak diketahui (Achmad Sani Supriono, 2010).

Selanjutnya, sumber data dalam penelitian ini memakai data primer. Data primer diartikan sebagai data yang diperoleh dari individu atau perorangan sebagai sumber pertama

seperti halnya hasil pengisian kuesioner dan hasil wawancara yang kerap dilaksanakan oleh peneliti (Khadzah, 2010). Perolehan data ini ialah melalui pemberian kuesioner berupa bentuk daftar pertanyaan yang oleh responden nantinya akan diisi yang dimana terdiri dari nasabah pemilik rekening PT. Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan Karya.

Populasi Dan Sampel

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang mencakup objek atau subjek dengan karakteristik dan kualitas tertentu yang dimiliki dan diaplikasikan oleh peneliti untuk diamati lalu akhirnya dibuat kesimpulan (Sugiyono, 2010). Karenanya dalam penelitian ini, yang menjadi populasi ialah nasabah yang berada di PT. Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan Karya yang beranggotakan 3.112 orang.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan ialah *insidental sampling*. "*Insidental sampling* merupakan teknik penetapan sampel dengan dasar kebetulan yakni siapa saja yang secara tidak sengaja bertemu dengan penulis maka ditetapkan sebagai sampel". *Insidental sampling* diambil dengan cara seluruh nasabah yang berkunjung ke PT. Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan Karya pada masa waktu tertentu maka seluruhnya disebut sampel penelitian. Sehingga sampel dalam penelitian ini ialah 97 nasabah PT. Bank Sumut Kantor Cabang Syariah dengan memakai teknik Solvin.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam memperoleh informasi penelitian, maka teknik pengumpulan data yang dimaksud ialah :(Aditya, 2013) kuesioner dan wawancara yang diartikan sebagai aktivitas tanya jawab untuk memperoleh informasi (Kamdhi, 2016).

Tahap Pengolahan Data

Pengelolaan data dalam penelitian ini menggunakan SPSS versi 23. Hal ini dikarenakan agar penulis dapat memperoleh data statistik dengan lebih cepat dan tepat.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Pada penelitian ini, angket dijadikan pengolahan data oleh peneliti yang terdiri dari pertanyaan setiap variabel. Data-data yang didapat dari angket akan disuguhkan dalam bentuk kuantitatif dengan 100 orang respondennya.

Berdasarkan Jenis Kelamin**Tabel 1.** Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki-laki	41	41,0%
2	Perempuan	59	59,0%
	Total	100	100%

Sumber : Data diolah 2023

Mengamati sajian table 1 diatas, karakteristik responden dengan berdasarkan jenis kelamin dari 100 responden ialah 41% (41) berjenis kelamin perempuan dan 59% (59) berjenis kelamin laki-laki.

Analisis Variabel Penelitian**Variabel Loyalitas**

Berikut ini adalah hasil jawaban daripada responden penelitian untuk variabel Y (dependen) yakni Loyalitas Nasabah:

Tabel 2. Skor Angket Untuk Variabel Loyalitas Nasabah (Y)

No	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	14	14%	86	86%	0	0	0	0	0	0	0	0
2	10	10%	87	87%	3	3%	0	0	0	0	0	0
3	9	9%	91	91%	0	0	0	0	0	0	0	0
4	12	12%	85	85%	3	3%	0	0	0	0	0	0
5	7	7%	90	90%	3	3%	0	0	0	0	0	0
6	3	3%	97	97%	0	0	0	0	0	0	0	0

Sumber : Data diolah 2023

Variabel Attitude (X1)

Berikut ini adalah hasil jawaban daripada responden penelitian untuk variabel X1 (independen) yakni Attitude :

Tabel 3. Skor Angket Untuk Variabel Attitude (X1)

No	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	5	5%	95	95%	0	0	0	0	0	0	0	0
2	29	29%	71	71%	0	0	0	0	0	0	0	0
3	40	40%	60	60%	0	0	0	0	0	0	0	0
4	12	12%	88	88%	0	0	0	0	0	0	0	0
5	12	12%	88	88%	0	0	0	0	0	0	0	0

Sumber : Data diolah 2023

Variabel Attention (X2)

Berikut ini adalah hasil jawaban daripada responden penelitian untuk variabel X2 (independen) yakni *Attention*:

Tabel 4. Skor Angket Untuk Variabel *Attention* (X2)

No	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	9	9%	91	91%	0	0	0	0	0	0	0	0
2	12	12%	85	85%	3	3%	0	0	0	0	0	0
3	7	7%	90	90%	3	3%	0	0	0	0	0	0
4	3	3%	97	97%	0	0	0	0	0	0	0	0

Sumber : Data diolah 2023

Variabel Action (X3)

Berikut ini adalah hasil jawaban daripada responden penelitian untuk variabel X3 (independen) yakni *Action*:

Tabel 5. Skor Angket Untuk Variabel *Action* (X3)

No	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	29	29%	71	71%	0	0	0	0	0	0	0	0
2	40	40%	60	60%	0	0	0	0	0	0	0	0
3	12	12%	88	88%	0	0	0	0	0	0	0	0
4	5	5%	95	95%	0	0	0	0	0	0	0	0
5	29	29%	71	71%	0	0	0	0	0	0	0	0

Sumber : Data diolah 202

Uji Validitas :

Kami menguji validitas tanpa membandingkan R Hitung dan R Tabel

Tabel 6. Hasil Uji Validitas

Variabel	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Loyalitas Nasabah (Y)			
1	0,658	0,196	Valid
2	0,621	0,196	Valid
3	0,723	0,196	Valid
4	0,691	0,196	Valid
5	0,639	0,196	Valid
6	0,559	0,196	Valid
Attitude (X1)			
1	0,638	0,196	Valid
2	0,813	0,196	Valid
3	0,652	0,196	Valid
4	0,258	0,196	Valid
5	0,638	0,196	Valid
Attention (X2)			
1	0,758	0,196	Valid

2	0,792	0,196	Valid
3	0,594	0,196	Valid
4	0,467	0,196	Valid
Action (X3)			
1	0,802	0,196	Valid
2	0,615	0,196	Valid
3	0,265	0,196	Valid
4	0,484	0,196	Valid
5	0,802	0,196	Valid

Sumber : Data diolah 2023

Uji Reliabilitas

Dalam hal ini, instrument disebut handal kalau saja mempunyai nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60 dengan ukuran uji $r_{table} > r_{hitung}$ dengan 0,05 nilai signifikansinya sehingga disebut reliabel. Sementara disebut tidak reliabel bila $r_{table} < r_{hitung}$.

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	R Tabel	Keterangan
Attitude (X1)	0,695	0,6	Reliabel
Attention (X2)	0,790	0,6	Reliabel
Action (X3)	0,686	0,6	Reliabel
Loyalitas Nasabah (Y)	0,783	0,6	Reliabel

Sumber : Data diolah 2023

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tujuan melakukan uji ini ialah sebagai tolak ukur untuk melihat data tersebut apakah sudah berdistribusi normal sehingga bisa dipakai dalam *statistic parametric*. Sesuai dengan variabel umumnya, normalitas diprediksi dengan grafik atau uji *statistic non-parametrik* Kolmogorov-smirnov (K-S), bilamana nilai signifikansinya melebihi 0,05 maka dikatakan berdistribusi normal.

Tabel 8. Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogorov-smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.31531152
Most Extreme Differences	Absolute	.101
	Positive	.057
	Negative	-.101
Test Statistic		.101

Asymp. Sig. (2-tailed)	.064 ^c
a. Test distribution is Normal.	
b. Calculated from data.	
c. Lilliefors Significance Correction.	

Sumber : Data diolah 2023

Berpedoman pada hasil uji diatas, tampak nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* ialah senilai 0,064 sehingga melebihi 0,50. Karenanya bisa dibuat kesimpulan bahwa data yang diuji oleh peneliti ialah berdistribusi normal sebab hasil uji normalitasnya melebihi nilai *standardized* 0,05.

Uji Multikolinearitas

Dimanfaatkan untuk mengamati korelasi apakah muncul dalam model regresi atau sebaliknya. Model regresi disebut bebas multikolinearitas (baik) kalua saja korelasi tidak terjadi dalam moder regresinya. Kriteria dalam uji multikolinearitas bisa dilihat dari nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan nilai *tolerance* yakni bilamana nilai VIF kurang dari 10,00 dan nilai *tolerance* lebih dari 1,10 sehingga disebut bebas multikolinearitas. Sementara dikatakan terjadi multikolinearitas bila nilai VIF > 10,00 dan nilai *tolerance* < 1,10.

Tabel 9. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Attitude	.462	2.006
	Attention	.453	1.829
	Action	.447	1.413

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber : Data diolah 2023

Didasarkan pada table 4.11, tampak bahwa variabel *attitude*, *attention* dan *action* (independent) memperlihatkan angka *Variance Inflation Factor* (VIF) kurang dari 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0,1. Nilai VIF pada variabel *attitude* yang diperlihatkan ialah sebesar 2,006 < 10 dan 0,462 > 0,10 nilai *tolerance* nya. Nilai VIF pada variabel *attention* yang diperlihatkan ialah sebesar 1,892 > 0,10 dan 0,453 > 0,10 nilai *tolerance* nya. Terakhir, Nilai VIF pada variabel *action* yang diperlihatkan ialah sebesar 1,413 < 10 dan 0,447 > 0,10 nilai *tolerance* nya. Karenanya bisa dibuat kesimpulan bahwa dalam penelitian ini tidak muncul masalah multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini memanfaatkan uji *Glejser* yang mana uji ini meregresikan nilai *absolute residual* yang bersumber dari variabel bebas. Dalam hal ini, kriteria pengambilan keputusannya ialah dengan mengamati nilai signifikansinya. Gejala heteroskedastisitas akan muncul kalau saja nilai signifikansinya dibawah 0,05 namun disebut terbebas dari heteroskedastisitas kalau saja nilai signifikansinya diatas 0,05.

Tabel 10. Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.367	.266		1.383	.170
	Attitude	.042	.024	.687	1.720	.089
	Attention	.077	.038	.880	2.031	.075
	Action	.060	.031	.896	1.938	.056

a. Dependent Variable: abs_res

Sumber : Data diolah 2023

Didasarkan pada table diatas, hasil yang diungkapkan melalui *Uji Glejser* untuk menguji heteroskedastisitas memperlihatkan angka 0,089 dan tentu saja melebihi 0,05 untuk variabel X1 (*Attitude*) 0,089, variabel X2 (*Attention*) 0,075 dan variabel X3 (*Action*) 0,056. Karenanya bisa ditarik kesimpulan bahwa seluruh variabel X (independent) dalam penelitian ini terbebas dari gejala heteroskedastisitas.

Uji Hipotesa

Uji t (Uji Secara Parsial)

Secara parsial uji ini dimaksudkan untuk memberitahui variabel bebas apakah secara signifikan berpengaruh terhadap variabel terikat secara signifikan dengan tingkat signifikansi 5% (0,05) dan mengindikasikan bahwa variabel bebas bernilai konstan.

Tabel 11. Hasil Uji t (Uji Secara Parsial)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.503	.484		3.103	.003
	Attitude	1.156	.044	1.346	26.116	.000
	Attention	.530	.069	.431	7.708	.000
	Action	.466	.056	.492	8.256	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber : Data diolah 2023

PENGARUH (ATTITUDE, ATTENTION, DAN ACTION) KARYAWAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA PT. BANK SUMUT KANTOR CABANG SYARIAH MEDAN KARYA

Dari keseluruhan sampel yang berjumlah 100 dan total kesemua variabel ialah 5, karenanya nilai df yaitu $100 - 4 = 96$ dengan nilai Signifikansi 0,05. Maka dari itu, nilai t tabel yang diperoleh dari df 96 dan tingkat signifikansi 5% ialah 1,984.

Uji f (Uji Secara Simultan)

Dalam penelitian ini, total sampelnya adalah 100 dan total semua variabel adalah 4, sehingga untuk df1 ialah 3 (4-1), sementara df2 ialah 96 (100-4) dengan nilai Sig. senilai 0,05 maka didapati nilai F tabel senilai 2,699.

Tabel 12. Hasil Uji F (Uji Secara Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	614.907	3	153.727	1483.742	.000 ^b
	Residual	9.843	96	.104		
	Total	624.750	99			
a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah						
b. Predictors: (Constant), Action, Attention, Attitude						

Sumber : Data diolah 2023

Didasarkan pada tabel diatas, hasil uji F mengindikasikan bahwa nilai $1483,742 > 2,699$ ($F_{hitung} > F_{tabel}$) dengan nilai Sig. kurang dari 0,05 (0,000). Karenanya bisa dibuat kesimpulan bahwa uji F menolak H_0 dan menerima H_a .

Determinasi R Square

Tabel 13. Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.992 ^a	.984	.984	.322
a. Predictors: (Constant), Action, Attention, Attitude				

Sumber : Data diolah 2023

Nilai *Adjusted R Square* yang diperlihatkan dalam penelitian ini ialah 98,4% (0,984) yang maknanya sebesar 98,4% adalah pengaruh antara variabel independent (X1, X2, X3) terhadap variabel terikat (Y) yakni Loyalitas Nasabah. Sementara 1,6% sisanya disebabkan oleh faktor lain yang tak dituangkan dalam model regresi.

Regresi Linear Berganda

Tabel 14. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.503	.484		3.103	.003
	Attitude	1.156	.044	1.346	26.116	.000

	Attention	.530	.069	.431	7.708	.000
	Action	.466	.056	.492	8.256	.000
a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah						

Sumber : Data diolah 2023

Mengulas sajian tabel diatas, berikut ini adalah penjelasan dari persamaan regresi tersebut : Loyalitas Nasabah = 1,503 + 1,156 Attitude + 0,530 Attention + 0,466 Action + e

PEMBAHASAN

Pengaruh Attitude Karyawan Terhadap Loyalitas Nasabah pada PT Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan Karya

Hasil penelitian dapat diketahui variabel attitude berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan Karya. Hal tersebut tampak dari variabel *attitude* yang mempunyai nilai signifikan 0,000 dimana nilai tersebut sangat jauh dibawah Sig. 0,05. Pun sama halnya bisa dilihat pula dari nilai t_{hitung} dari variabel attitude sebesar 26,116 angkanya melebihi t_{tabel} penelitian yakni 1,984. Hal ini menunjukkan bahwa attitude berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan Karya, maka H_a diterima dan H_o ditolak.

Pengaruh Attention Karyawan Terhadap Loyalitas Nasabah pada PT Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan Karya

Terbukti bahwa variabel attention berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan Karya. Hal tersebut tampak dari variabel *attention* yang mempunyai nilai signifikan 0,000 dimana nilai tersebut sangat jauh dibawah Sig. 0,05. Pun sama halnya bisa dilihat pula dari nilai t_{hitung} dari variabel attitude sebesar 7,708 angkanya melebihi t_{tabel} penelitian yakni 1,984. Hal ini mengindikasikan bahwa attention secara signifikan dan positif berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada PT Bank Sumut Syariah Cabang Medan Karya, maka H_a diterima dan H_o ditolak.

Pengaruh Action Karyawan Terhadap Loyalitas Nasabah pada PT Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan Karya

Hasil penelitian dapat diketahui variabel action berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan Karya. Hal tersebut tampak dari variabel *action* yang mempunyai nilai signifikan 0,000 dimana nilai tersebut sangat jauh dibawah Sig. 0,05. Pun sama halnya bisa dilihat pula dari nilai t_{hitung} dari variabel attitude sebesar 8,256 angkanya melebihi t_{tabel} penelitian yakni 1,984. Hal ini menunjukkan bahwa

action berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan Karya, maka H_a diterima dan H_0 ditolak.

Pengaruh (*Attitude, Attention dan Action*) Karyawan Terhadap Loyalitas Nasabah pada PT Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan Karya

Uji F dalam penelitian ini mengindikasikan bahwa *attitude, attention* dan *action* secara signifikan berpengaruh terhadap, *attention* dan *action* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pada PT Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan Karya akumulasi hasil f hitung $> f$ tabel yaitu $1483,742 > 2,467$ serta nilai Sig $0,000 < 0,05$. Karenanya bisa ditarik kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang maknanya adalah secara bersama-sama (*simultan*), *attitude, attention, dan action* saling berkaitan dan berkorelasi pun juga secara signifikan mempunyai pengaruh pada variabel Y yakni loyalitas nasabah.

Nilai *Adjusted R Square* yang ditemukan dalam penelitian ini sebagai koefisien determinasi ialah 98,4% (0,984) yang maknanya adalah seluruh variabel independen (*attitude, attention dan action*) memiliki pengaruh terhadap variabel dependen yakni sebesar 98,4%.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan judul Pengaruh (*Attitude, Attention dan Action*) Karyawan Terhadap Loyalitas Nasabah PT Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan Karya, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *attitude* karyawan terhadap loyalitas nasabah PT Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan Karya. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan Noval Galang Reza menyatakan bahwa *attitude* loyalitas dipengaruhi oleh *attitude* yang dimana termasuk dalam sikap positif sebuah nasabah akan merek serta memungkinkan nasabah untuk membeli sementara sikap negatifnya ialah akan menghalau nasabah untuk melakukan transaksi pembelian (Noval, 2022).

Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *attention* karyawan terhadap loyalitas nasabah PT Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan Karya. *Attention* tersebut dapat diaplikasikan dengan beragam cara, contohnya memahami kebutuhan dan kepentingan nasabah, mencermati karakter nasabah yang datang hingga bisa menasehati kepada nasabah bila dibutuhkan.

Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *action* karyawan terhadap loyalitas nasabah PT Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan Karya. *Action* adalah tindakan yang tegas dengan artian sesuatu yang dilaksanakan. Asal kata tindakan ialah tindak, tindakan merupakan sebuah persamaan kata sebab maknanya mempunyai pelafalan dan ejaan yang

serupa namun artinya tak sama. Tindakan mempunyai makna dalam kata benda atau kelas nomina karenanya tindakan mampu menyebutkan nama dari tempat, seseorang hingga seluruh benda atau semua yang dibendakan.

Terdapat pengaruh secara simultan antara (*Attitude, Attention* dan *Action*) Karyawan Terhadap Loyalitas Nasabah PT Bank Sumut Kantor Cabang Syariah Medan Karya. Hal ini berarti secara simultan attitude, attention dan action ini terjadi dikarenakan ketiga variabel independent saling berkaitan dan memiliki hubungan dan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah sebagai variabel Y. Pada penelitian ini, hasil dari pengujian koefisien determinasi diperoleh nilai *Adjusted R Square* yaitu sebesar 0,984 atau 98,4%. Hal ini berarti pengaruh antara variabel bebas yaitu attitude, attention dan action terhadap variabel terikat yaitu loyalitas nasabah sebesar 98,4%.

DAFTAR REFERENSI

- Anisa, R. (2021). Pengaruh Sikap 3a (*Attitude, Attention Dan Action*) Berbasis Syariah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Pt. Bank Sumut Syariah Kantor Cabang Pembantu Marelan. *Skripsi UMSU*.
- Darmawan, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Dewi, G. (2007). *Aspek-aspek Hukum dalam Perbankan dan Perasuransian Syariah di Indonesia*. Kencana.
- Endarmita. (2013). Pengaruh Kualitas Produk & Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan & Loyalitas Nasabah Tabungan Bank BRI Cabang Simpang Empat. *Apresiasi Ekonomi, 1*.
- Engel, J.F., Roger, D.B., & Paul, W.M. (2007). *Perilaku konsumen*. Tangerang: Binarupa Aksara Publisher.
- Fajarina, H. (2020). Strategi Pelayanan Prima Berdasarkan Konsep 3A (*Attitude, Attention dan Action*) Sebagai Upaya dalam Peningkatan Loyalitas Nasabah di PT. BPRS Sarana Prima Mandiri Pamekasan. *Skripsi IAIN Madura*.
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, Jill. (2005). *Customer Loyalty: Menumbuhkan & Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Hardiyansyah. 2011. *Kualitas Pelayanan Publik*. Yogyakarta : Gava Media.
- Hasanah, U. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan PT Bank Muamalat Indonesia Cabang Palu terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah. *Penelitian Ilmiah Istiqra', 1*.
- Junaidi, A. T. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keadilan, dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah. *Jurnal Ilmiah Aplikasi Manajemen, 10*.

- Khadizah. (2010). *Metode Penelitian Skripsi dan Tesis Edisi Pertama*. PTGrafindo Persada
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran* (Kedua bela). PT. Indeks.
- Moenir, H. A. . (2006). *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Bumi Aksara.
- Mudyani, B. R. (2017). *Strategi Untuk Meningkatkan Pelayanan Front Liner Pada PT. Bank Rakyat Indonesia BRI Syariah Kantor Cabang Purwokerto*.
- Muh, N. E. (2021). *Produk Kreatif dan Kewirausahaan Akuntansi dan Keuangan Lembaga*. Yogyakarta: ANDI (Anggota IKAPI).
- Mustari, 2017. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen*. Prosiding Seminar Nasional Lembaga Penelitian Universitas Negeri Makasar
- Nasution, Muhammad Lathief Ilhamy. (2018). *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. Medan : Febi Press.
- Nurbaiti, & Dkk. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa UINSU Medan Dalam Menggunakan Sistem Pembayaran E-Wallet. *Jurnal Sistem Informasi Dan E-Bisnis*, 4(1), 65.
- Putra, R. S. (2020). Pengaruh Sikap 3A (Attitude, Attention, Dan Action) Berbasis Syariah Terhadap Pencapaian Loyalitas Penabung Wadiah Pada Bank Sumut Syariah. *Skripsi UINSU*.
- Rahmani, N. A. B. (2016). *Metode Penelitian Ekonomi* (Pertama). FEBI UINSU Press.
- Seffi Melati Achlam, D. (2014). Analisis Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Menggunakan Structural Equation Modeling. *Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Sistem Industri*, 3(1).
- Sugiyono. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Suryani. (2014). Analisis Faktor Kualitas Pelayanan di Bank Syariah. *Ilmiah*, VI.
- Tarigan, Azhari Akmal, & Dkk. (2015). *Buku Panduan Penulisan Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*. Febi Press UINSU.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa : Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset
- Umar, H. (2012). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. PT Raja Grafindo Persada.
- Wulandari, K. V. (2016). *Analisis Kualitas Pelayanan Pada Kantor Pelayanan Pajak (KPP) Pratama*.
- Yamin, S., & Kurniawan, H. (2009). *SPSS Complete Teknik Analisis Statistik Terlengkap dengan Software SPSS*. Salemba Infotek.