

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN ISLAM TERHADAP LOYALITAS
NASABAH MELALUI KEPUASAN NASABAH BANK SYARIAH
INDONESIA (BSI) CABANG JEMBER**

Daftar Penulis: Siti Nurkolisa Apriliany¹, N. Ari Subagio², Akhmad Munir³, Tatok
Endhiarto⁴

1. Jurusan Ilmu Ekonomi: **Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember
Jln. Kalimantan no. 37, Jember 68121, Indonesia**
2. Jurusan Ilmu Ekonomi: **Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember
Jln. Kalimantan no. 37, Jember 68121, Indonesia**
3. Jurusan Ilmu Ekonomi: **Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember
Jln. Kalimantan no. 37, Jember 68121, Indonesia**
4. Jurusan Manajemen: **Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember
Jln. Kalimantan no. 37, Jember 68121, Indonesia**

*Corresponding author: 180810102115@mail.unej.ac.id

Abstract

This study was conducted to determine and analyze the effect of Islamic service quality on customer loyalty through customer satisfaction at Bank Syariah Indonesia (BSI) Jember Branch. The analytical technique used in this study is path analysis using SPSS 25 to determine the effect of Islamic service quality variables on customer loyalty through customer satisfaction at Bank Syariah Indonesia (BSI) Jember Branch. The sample used in this study were 140 respondents. Where data acquisition is done through the distribution of questionnaires to customers of Bank Syariah Indonesia (BSI) Jember Branch. The results of this study indicate that the quality of Islamic services has a significant effect on customer satisfaction, customer satisfaction has a significant effect on customer loyalty and the quality of Islamic services has a significant effect on customer loyalty through customer satisfaction at Bank Syariah Indonesia (BSI) Jember Branch.

Keywords: *Service, Loyalty, Satisfaction, Customer*

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas layanan Islam terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Jember. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis jalur dengan menggunakan SPSS 25 untuk mengetahui pengaruh antar variabel kualitas layanan Islam terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Jember. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 140 responden. Dimana perolehan data dilakukan melalui penyebarankuesioner kepada nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Jember. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa, kualitas layanan Islam berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah serta kualitas layanan Islam berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Jember.

Kata kunci: Layanan, Loyalitas, Kepuasan, Nasabah

Pendahuluan

Konsep yang paling mendasar dalam pemasaran adalah pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen yang dapat mengendalikan perilaku seorang konsumen dalam memilih produk dan jasa (York, 1982). Terdapat beberapa kebutuhan dasar konsumen produk finansial seperti, kemudahan akses terhadap uang kas, perlindungan atas aset, kemudahan melakukan transfer uang, penundaan pembayaran barang atau jasa, saran atau informasi keuangan (York, 1982). Namun kebutuhan finansial dapat berubah sesuai dengan siklus kehidupan. Pergerakan kebutuhan finansial masyarakat bergerak mulai dari resiko paling rendah sampai resiko tinggi. Kebutuhan finansial masyarakat berkaitan dengan pertumbuhan suatu negara termasuk pemenuhan kebutuhan jasa perbankan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Tumbuhnya jasa perbankan syariah tidak lepas dari meningkatnya tingkat keislaman masyarakat dengan mayoritas masyarakat Indonesia yang beragama Islam. Hal tersebut dibuktikan sesuai data Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri) mencatat sebanyak 237,53 juta orang penduduk muslim di Indonesia per 31 Desember 2021 yang setara dengan 86,9% dari total jumlah penduduk yang mencapai 273,32 juta orang (dataindonesia.id, 2022). Dengan mayoritas penduduk Indonesia yang beragama Islam, praktik perbankan syariah tidak lepas dari prinsip-prinsip syariah yang melekat didalamnya.

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia adalah bentuk pelaksanaan dari permintaan masyarakat yang memerlukan suatu sistem perbankan yang bukan hanya menyediakan jasa keuangan atau perbankan yang sehat,

Namun juga harus memenuhi prinsip-prinsip syariah. Terdapat beberapa alasan masyarakat menggunakan perbankan syariah seperti, praktik yang digunakan dalam produk perbankan syariah terhindar dari riba yang pada kenyataannya Islam mengajarkan umatnya untuk menjauhi riba yang dijelaskan dalam Qs. Al-Baqarah: 278.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَذَرُوا مَا بَقِيَ مِنَ الرِّبَا إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kepada Allah dan tinggalkan sisa riba (yang belum dipungut) jika kamu orang beriman.”

Tafsir Kemenag menjelaskan bahwa bertakwalah orang-orang yang beriman dengan menghindari siksa dari Allah SWT akibat praktik riba dan tinggalkan sisa riba yang belum dipungut. Jika melanggar akan terjadi bencana, kerusakan dunia dan siksa pedih di akhirat. Tetapi jika kamu bertaubat dan tidak lagi melakukan transaksi riba, tidak memungut sisa riba yang belum dipungut, maka bencana tidak akan terjadi dan kamu berhak atas pokok hartamu

dari mereka. Dengan begitu kamu tidak berbuat zalim atau merugikan orang lain dengan membebani mereka atas pembayaran utang melebihi apa yang mereka terima.”

Perbankan syariah di Indonesia dipelopori oleh Bank Muamalat pada tahun 1991 (Yuswohady, 2014). Selanjutnya perkembangan perbankan syariah di Indonesia mulai marak sejak pemerintah mengeluarkan UU No. 7 Tahun 1992 tentang perbankan yang diperbolehkan menjalankan usahanya dengan prinsip bagi hasil. Kemudian dipertegas dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah No. 72 Tahun 1992 tentang Bank yang berdasarkan prinsip bagi hasil. Perkembangan berikutnya dikeluarkan UU No. 10 Tahun 1998 sebagai pengganti dari UU No. 7 Tahun 1992 yang menyatakan bahwa perbankan konvensional yang tidak berdasarkan prinsip bagi hasil tidak diperkenankan melakukan kegiatan usaha berdasarkan prinsip bagi hasil (syariah), tetapi bank konvensional boleh melakukan kegiatan usaha dengan prinsip syariah melalui mekanisme *Islamic window*. Ketentuan yang ada pada UU No. 10 Tahun 1998 diharapkan dapat mempercepat perkembangan perbankan syariah di Indonesia. Perbankan syariah merupakan industri di sektor ekonomi yang mampu menjadi salah satu solusi penggerak stabilitas nasional yang berbasis syariah.

Pesatnya perkembangan perbankan syariah di Indonesia juga diiringi dengan meningkatnya jumlah nasabah dari tahun 2018 sampai 2021 (Statistik Perbankan Syariah, 2021). Meningkatnya jumlah masyarakat yang menjadi nasabah bank syariah memberikan peluang kepada perbankan syariah untuk meningkatkan penjualannya melalui pembelian ulang lini produk jasa perbankan syariah lainnya. Pembelian ulang ini umumnya dilakukan oleh nasabah yang memiliki loyalitas.. Menurut Oliver (1991), “Loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai keinginan dari seorang pelanggan untuk membeli produk atau jasa secara terus menerus dan tidak berpindah ke perusahaan lain. Loyalitas pelanggan merupakan suatu keadaan yang diharapkan oleh setiap perusahaan jasa seperti perbankan. Tingginya loyalitas nasabah mengindikasikan keberhasilan sebuah perbankan. Secara tidak langsung loyalitas pelanggan dapat meningkatkan daya saing perusahaan, mengingat peran loyalitas yang sangat krusial bagi sebuah perusahaan.”

Faktor utama dalam membentuk loyalitas pelanggan adalah kepuasan nasabah. Rasa puas yang dimiliki seorang nasabah akan membawa pelanggan untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan dan dapat mempengaruhi calon pelanggan lain agar membeli produk atau jasa dari perusahaan. Kepuasan pelanggan merupakan tanggapan emosional yang berkaitan dengan tujuan tertentu seperti harapan terhadap produk, pengalaman konsumsi pada waktu tertentu setelah mengkonsumsi atau memilih produk dan jasa berdasarkan pengalaman (Giese and Cote, 2000).

Upaya untuk membentuk kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah perbankan syariah berusaha meningkatkan kualitas layanannya. Kualitas layanan adalah bentuk penilaian yang diberikan seorang konsumen pada tingkat layanan yang diterima dengan tingkat yang diharapkan (Kotler, 2019). Kualitas layanan menurut persepsi masyarakat muslim dapat diukur dalam lima dimensi yaitu, nilai-nilai Islam, kepatuhan syariah, kejujuran, kesopanan, kemanusiaan dan dapat dipercaya (Gayatri and Chew, 2013). Apabila layanan yang diterima sesuai dengan apa yang diharapkan, maka kualitas layanan dianggap baik dan memuaskan. Dan apabila sebaliknya kualitas layanan yang diterima tidak memuaskan maka akan dianggap buruk. Baik buruknya kualitas layanan yang diterima seorang konsumen dinilai dari sudut pandang penerima jasa atau pelanggan bukan dari perusahaan atau penyedia jasa. Ketika nasabah puas akan pelayanan yang diberikan perusahaan akan menimbulkan sikap loyalitas yang tumbuh dalam dirinya.

Industri perbankan membutuhkan kualitas layanan yang terbaik untuk menunjang produk atau jasa yang ditawarkannya. Mutu pelayanan yang diberikan dapat meningkatkan kepuasan nasabah yang menimbulkan loyalitas dari seorang nasabah. Dalam hal ini loyalitas nasabah merupakan faktor yang mempengaruhi keberhasilan suatu perbankan. Setiap perbankan melakukan berbagai macam strategi untuk menciptakan loyalitas nasabah untuk menggunakan barang dan jasa yang ditawarkan. Loyalitas nasabah memberikan beberapa keuntungan bagi sebuah perbankan syariah seperti, dapat mengurangi biaya promosi kepada calon nasabah baru karena nasabah yang loyal akan mempromosikan jasa yang digunakannya kepada orang lain, mengurangi biaya operasional nasabah yang disebabkan oleh pergantian nasabah, meningkatkan penjualan yang diterima dari nasabah yang loyal karena mereka akan cenderung akan menambah menggunakan jenis jasa yang lain.

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia menunjukkan hasil yang positif dengan menjadikan terwujudnya penggabungan 3 perbankan syariah yang sudah ada. Penggabungan 3 perbankan syariah yang sudah ada yaitu Bank Rakyat Indonesia Syariah (BRIS), Bank Mandiri Syariah (BSM) dan Bank Negara Indonesia Syariah (BNIS). Bank Syariah Indonesia (BSI) resmi beroperasi pada tanggal 1 Februari 2021 dengan izin OJK dengan Nomor 4/KDK.03/2021 tentang pemberian izin penggabungan PT Bank Syariah Mandiri dan PT Bank BNI Syariah ke dalam izin usaha milik PT Bank BRI Syariah Tbk yang berubah menjadi izin usaha atas nama PT Bank Syariah Indonesia Tbk yang ditetapkan pada 27 Januari 2021.

Bank Syariah Indonesia (BSI) juga hadir di Kabupaten Jember, namun BSI bukanlah satu-satunya bank syariah di Kabupaten Jember. Sehingga hal ini mengakibatkan adanya

persaingan antar perbankan syariah yang sejenis dengan Bank Syariah Indonesia (BSI). Persaingan antar perbankan syariah tersebut menuntut Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Jember harus bisa memberikan pelayanan yang terbaik dan sesuai dengan harapan masyarakat.

Dari data yang diperoleh setidaknya terdapat 4 perbankan syariah yang sejenis dengan Bank Syariah Indonesia (BSI). Sehingga dalam hal ini menjadikan tingkat persaingan yang sangat ketat dan tentunya dengan adanya daftar pesaing yang ada menjadi suatu tantangan memberikan image yang baik di kalangan masyarakat. Mengingat terdapat salah satu perbankan yang sudah beroperasi lebih lama dibandingkan Bank Syariah Indonesia (BSI) seperti Bank Muamalat yang merupakan perbankan pertama di Indonesia. Pada akhir tahun 2021 Bank Muamalat berhasil menduduki posisi pertama sebagai perbankan syariah yang memiliki nasabah paling loyal dalam ajang 5th Infobank Satisfaction, Loyalty & Angagemnt (SLE) Award 2022 (Merdeka.com, 2022). Pencapaian yang diperoleh Bank Muamalat harusnya dapat digunakan sebagai motivasi bagi Bank Syariah Indonesia (BSI) untuk terus meningkatkan kualitas layanannya agar dapat menggeser Bank Muamalat dalam membentuk loyalitas nasabah.

Penelitian yang dilakukan oleh Hilal dan Hariyanto R. (2018) menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah. Selanjutnya terdapat penelitian yang dilakukan oleh Kharisma dan Euis (2017) menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Dan menurut penelitian yang dilakukan oleh Lisa, dkk (2019) menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dan kualitas layanan dapat berpengaruh terhadap loyalitas dengan kepuasan nasabah sebagai variabel intervening. Penelitian yang dilakukan oleh Ishak, dkk (2017) menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah, kepuasan nasabah berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah serta kepuasan nasabah mampu memediasi kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah. Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan Meli dan Riski (2020) menyatakan kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.”

Berdasarkan penjelasan yang telah dipaparkan, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kualitas layanan islam berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Jember?

2. Apakah kualitas layanan islam berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Jember?
3. Apakah kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Jember?
4. Apakah kualitas layanan islam berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Jember?

Dari rumusan masalah tersebut tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui pengaruh signifikan kualitas layanan islam terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Jember.
2. Mengetahui pengaruh signifikan kualitas layanan islam terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Jember.
3. Mengetahui pengaruh signifikan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Jember.
4. Mengetahui kualitas layanan islam berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Jember

Kajian Pustaka

Perilaku Konsumen

Menurut Zeithaml dan Bitner (2000) mendefinisikan jasa adalah suatu tindakan, proses dan kinerja. Sedangkan Berry (1980) mengartikan jasa adalah tindakan, kinerja dan upaya. Jadi disimpulkan dari defisini jasa bahwa jasa tidak dapat dipegang atau dirasakan seperti barang. Keberwujudan adalah salah satu faktor penentu mengklasifikasikan sebagai barang atau jasa. Menurut York (1982) terdapat 5 kebutuhan dasar konsumen produk finansial, yaitu:

- a. Konsumen membutuhkan akses terhadap uang kas
- b. Perlindungan aset
- c. Pengiriman uang
- d. Penundaan pembayaran
- e. Saran keuangan

Bank Syariah dan Konsep Riba

Menurut UU No. 10 tahun 1998 tentang perubahan UU NO.7 tahun 1992 tentang perbankan menjelaskan bahwa, Bank Syariah adalah bank umum yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip-prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

Secara umum konsumen masih memersepsikan bank syariah hanya sebagai jasa keuangan yang berkaitan dengan haji dan umrah serta hanya memiliki kualitas jaringan seperti kantor Cabang atau ATM yang biasa saja dibanding dengan bank konvensional. Selain itu masyarakat juga masih menganggap bahwa bank syariah masih identik dengan peribadatan, bukan dianggap sebagai bank yang digunakan untuk melakukan transaksi bisnis. Namun di satu sisi bank syariah sekarang sudah mulai mengalami perkembangan dan mulai mengubah pandangan masyarakat tentang bank syariah dengan praktik bank syariah yang memiliki sistem bagi hasil dan terhindar dari riba yang membuat pikiran menjadi lebih tenang karena tidak melanggar agama. Secara terminologi fiqh mendefinisikan riba adalah tambahan khusus yang dimiliki salah satu dari dua pihak yang terlibat dari adanya transaksi tanpa imbalan tertentu.

Loyalitas Nasabah

Menurut Oliver (1999) “menerangkan bahwa loyalitas pelanggan merupakan suatu keinginan yang dimiliki seorang pelanggan untuk melakukan pembelian kembali atas suatu produk atau jasa dan tidak berpindah pada perusahaan lain. Tjiptono (2005:85) mengemukakan bahwa terdapat enam indikator yang dapat digunakan untuk mengukur loyalitas konsumen yaitu:

- a. Pembelian ulang
- b. Kebiasaan menggunakan merek tersebut.
- c. Lebih menyukai merek tersebut.
- d. Tetap memilih merek tersebut.
- e. Meyakini bahwa merek tersebut adalah yang terbaik.
- f. Merekomendasikan merek tersebut kepada orang lain.

Kualitas Layanan

Menurut Kotler (2019) kualitas layanan adalah suatu bentuk penilaian yang diberikan seorang konsumen pada tingkat layanan yang diterima dengan tingkat yang diharapkan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Gayatri dan Chew (2013), dimensi kualitas layanan perbankan syariah dengan mengidentifikasi menurut persepsi konsumen muslim di Indonesia yang bergerak pada sektor retail, restoran dan hotel terdiri dari:

- a. Nilai-nilai Islam (halal atau haram)
- b. Kepatuhan syariah (perhatian terhadap aktivitas keagamaan Islam)
- c. Kejujuran

- d. Kesopanan
- e. Kemanusiaan dan kepercayaan (dapat dipercaya)

Metode

Rancangan

Jenis penelitian ini merupakan explanatory research dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Explanatory research merupakan penelitian yang digunakan untuk menjelaskan suatu hubungan antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis (Ghozali, 2005:2). Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis path (path analysis) dengan menggunakan SPSS sebagai alat penelitian.

Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data cross section yang pengumpulan datanya diperoleh dalam satu waktu tertentu. Data tersebut kemudian dikuantitatifkan dengan menggunakan skala likert agar dapat diolah dengan perhitungan statistika. Data yang digunakan oleh peneliti merupakan data primer yang diperoleh secara langsung melalui nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Jember yang merupakan mahasiswa S1 FEB UNEJ. Data tersebut diperoleh dengan menggunakan penyebaran kuisisioner secara online melalui media google form kepada setiap nasabah atau responden dalam penelitian.

Populasi dan Sampel

Subbagian ini menyajikan populasi penelitian dan metode sampling yang digunakan. Jumlah sampel penelitian dapat disebutkan pada subbagian ini. Jika penelitian tidak menggunakan sampel, subbagian ini tidak diperlukan.

1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa S1 FEB UNEJ yang merupakan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Jember

2. Sampel

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan non-probability sampling dikarenakan jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini metode pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling yaitu berdasarkan kriteria yang sudah ditentukan oleh peneliti (Sugiyono:2019). Sampel yang

diambil dalam penelitian ini sebanyak 140 sampel, dari indikator yang berjumlah $14 \times 10 = 140$.

Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan tujuan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner dalam penelitian (Ghozali, 2016:52). Menurut Arikunto (2006:146) uji validitas pada penelitian ini menggunakan *Product Moment Pearson* yaitu dengan cara mengkorelasikan setiap pertanyaan dengan skor total, kemudian hasil korelasi dibandingkan dengan taraf signifikan 0,05 (5%) menggunakan rumus sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{(n\sum X^2 - (\sum X)^2)(n\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan:

- r : Koefisien korelasi
- n : Jumlah responden
- X : Skor tiap item
- Y : Skor total dari seluruh item

b. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2013:47) Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indikator dari variabel dikatakan reliabel. Dalam penelitian ini cara yang digunakan untuk menghitung tingkat reliabilitas suatu data menggunakan rumus *Cronbach Alpha*. Adapun rumus perhitungan uji reliabilitas menurut Ghozali (2013) yaitu:

$$\alpha = \frac{kr}{1 + (k - 1)r}$$

Keterangan:

- α = koefisien reliabilitas
- r = koefisien rata-rata korelasi
- k = jumlah variabel bebas

c. Uji Normalitas data

Uji normalitas data merupakan pengujian tentang kenormalan distribusi data (Firdaus, 2019:211). Dalam penelitian ini menggunakan metode statistik dengan menggunakan *one-sampel Kolmogorov-smirnov*.

Analisis Jalur (Path Analysis)

Menurut Ghozali (2011:53) analisis jalur (*path analysis*) adalah perluasan analisis regresi untuk menaksir hubungan kualitas antar variabel yang telah ditetapkan sebelumnya.

Persamaan stuktural *path analysis*:

$$Z = \rho_{xz} \cdot X + e$$

$$Y = \rho_{xy} \cdot X + \rho_{zy} \cdot Z + e$$

Keterangan:

Z : Kepuasan Nasabah

Y : Loyalitas Nasabah

ρ_{xz} : Koefisien jalur kualitas layanan Islam terhadap kepuasan nasabah

ρ_{xy} : Koefisien jalur kualitas layanan Islam terhadap loyalitas nasabah

ρ_{zy} : Koefisien jalur kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah

e : eror

Uji Hipotesis

Pengujian uji hipotesis dilakukan dnegan menggunakan t-test dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Merumuskan hipotesis
- b. Menentukan tingkat (α) tertentu
- c. Menentukan kriteria dalam perhitungan uji-t

Uji Sobel

Uji sobel digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel intervening yaitu kepuasan nasabah. Untuk menguji signifikansi pengaruh tidak langsung, maka perlu menghitung nilai Zhitung dibandingkan dengan nilai Ztabel. Apabila $Z_{hitung} \geq Z_{tabel}$ maka dapat disimpulkan terjadi pengaruh mediasi. Perhitungan uji sobel dapat menggunakan rumus yang sudah dikembangkan oleh Ghazali (2016:225), sebagai berikut:

$$= \frac{ab}{\sqrt{(a^2SEa^2) + (b^2SEb^2)}}$$

Keterangan:

- Z : besarnya standar error pengaruh tidak langsung
a : koefisien jalur variabel independen (X) dengan variabel intervening (Z)
b : koefisien jalur variabel intervening (Z) dengan variabel dependen (Y)
Sea : standar error koefisien a
SEb : standar error koefisien b

Hasil

Berdasarkan hasil uji validitas dalam penelitian yang menggunakan metode *Product Moment Person*, yaitu nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ sehingga dikatakan valid, r_{tabel} pada $n=140$ sebesar 0,1648.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	R _{hitung}	R _{tabel}	Sig	Keterangan
Kualitas Layanan Islam (X)	X1.1	0,699	0,1648	0	Valid
	X1.2	0,585	0,1648	0	Valid
	X2.1	0,642	0,1648	0	Valid
	X2.2	0,718	0,1648	0	Valid
	X3.1	0,759	0,1648	0	Valid
	X3.2	0,751	0,1648	0	Valid
	X4.1	0,706	0,1648	0	Valid
	X4.2	0,721	0,1648	0	Valid
	X5.1	0,738	0,1648	0	Valid
	X5.2	0,747	0,1648	0	Valid
Kepuasan Nasabah (Z)	Z1	0,866	0,1648	0	Valid
	Z2	0,884	0,1648	0	Valid
	Z3	0,858	0,1648	0	Valid
Loyalitas Nasabah (Y)	Y1	0,609	0,1648	0	Valid
	Y2	0,645	0,1648	0	Valid
	Y3	0,553	0,1648	0	Valid
	Y4	0,618	0,1648	0	Valid

Variabel	Item	R _{hitung}	R _{tabel}	Sig	Keterangan
	Y5	0,619	0,1648	0	Valid
	Y6	0,624	0,1648	0	Valid

Sumber: Data Kuesioner diolah 2022

Berikut adalah uji reliabilitas, pada penelitian ini uji menggunakan rumus *Cronbach Alpha* dengan ketentuan $\alpha \geq 0,60$, maka variabel tersebut dikatakan reliabel.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel Penelitian	Cronbach's Alpha	Standar Reliabilitas	Keterangan
Kualitas Layanan Islam (X)	0,888	0,60	Reliabel
Kepuasan Nasabah (Z)	0,834	0,60	Reliabel
Loyalitas Nasabah (Y)	0,870	0,60	Reliabel

Sumber: Data Kuesioner diolah 2022

Uji Normalitas Data

Dalam uji ini menggunakan *one-sample Kolmogorov-smirnov* dengan menggunakan *alpha* sebesar 5% dan jika nilai probabilitasnya $> 0,05$ dikatakan normal.

Tabel 3. Uji Normalitas Data

		Unstandardized Residual
N		140
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.80908484
Most Extreme Differences	Absolute	.061
	Positive	.057
	Negative	-.061
Test Statistic		.061
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200

Sumber: Data Kuesioner diolah 2022

Analisis Jalur (Path Analysis)

Analisis jalur (*path analysis*) akan dilakukan pengaruh kausal dan kedudukan masing-masing variabel dalam jalur secara langsung atau tidak langsung. Signifikansi model tampak berdasarkan koefisien dari ρ (rho).

Tabel 4. Hasil Analisis Jalur

Standardized Jalur	B	Sig	α	Keterangan
X \longrightarrow Z	0,196	0,013	0,05	Signifikan
X \longrightarrow Y	0,139	0,033	0,05	Signifikan
Z \longrightarrow Y	0,163	0,020	0,05	Signifikan

Sumber: Data Kuesioner diolah 2022

Dengan hasil persamaan:

$$Z = \rho_{xz} \cdot X + e$$

$$Z = 0,196 X$$

dan

$$Y = \rho_{xy} \cdot X + \rho_{zy} \cdot Z + e$$

$$Y = 0,139 X + 0,163 Z$$

Uji Hipotesis

Tabel 5. Hasil Uji Hipotesis

Variabel	T _{hitung}	T _{tabel}	Siginifikan	Keterangan
X → Z	2,527	1,977	0,013	H0 ditolak
X → Y	2,148	1,977	0,033	H0 ditolak
Z → Y	2,351	1,977	0,020	H0 ditolak

Sumber: Data Kuesioner diolah 2022

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 5 diatas maka dapat diuraikan sebagai berikut:

1. H0: $\rho_{xz} = 0$, artinya kualitas layanan Islam tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Jember ditolak sebesar 2,527.
2. H0: $\rho_{xy} = 0$, artinya kualitas layanan Islam tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang ditolak sebesar 2,148.
3. H0: $\rho_{zy} = 0$, artinya kepuasan nasabah tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Jember ditolak, sebesar 2,351.

Uji Sobel

Perhitungan uji sobel didapatkan dari nilai Z_{hitung} dibandingkan dengan nilai Z_{tabel} . Apabila $Z_{hitung} \geq Z_{tabel}$ maka dapat dinyatakan bahwa terjadi pengaruh mediasi. Hasil perhutungan uji sobel menunjukkan bahwa nilai Z sebesar $2,366 \geq 1,96$ (nilai Z mutlak) dengan tingkat signifikansi 5%, maka membuktikan bahwa variabel intervening mampu memediasi variabel X terhadap variabel Y.

Pengaruh Kualitas Layanan Islam terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil uji t membuktikan bahwa variabel kualitas layanan Islam memiliki nilai thitung sebesar $2,527 > ttabel$ 1,977 dan nilai signifikan sebesar $0,013 < 0,05$ maka hipotesis pertama diterima. Varibel kualitas layanan Islam (X) menggunakan 5 indikator (Gayatri dan Chew

(2013) yaitu: nilai-nilai Islam (halal atau haram), kepatuhan syariah (perhatian terhadap aktivitas keagamaan), kejujuran, kesopanan, kemanusiaan dan kepercayaan (dapat dipercaya). Mayoritas responden yang mengisi kuesioner variabel kualitas layanan Islam (X) yaitu mahasiswa perempuan dan mahasiswa S1 Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

Pengaruh Kualitas Layanan Islam terhadap Loyalitas Nasabah

Hasil uji t membuktikan bahwa variabel kualitas layanan Islam memiliki nilai thitung sebesar 2,148 > ttabel 1,977 dan nilai signifikan sebesar 0,033 < 0,05 maka hipotesis pertama diterima. Variabel loyalitas nasabah (Y) menggunakan 6 indikator (Tjiptono, 2005:85) yaitu pembelian ulang, kebiasaan menggunakan merek tersebut, lebih menyukai merek tersebut, tetap memilih merek tersebut, meyakini bahwa merek tersebut adalah yang terbaik, merekomendasikan merek tersebut kepada orang lain. Mayoritas responden yang mengisi kuesioner variabel loyalitas nasabah (Y) didominasi mahasiswa perempuan dan mahasiswa S1 Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

Pengaruh Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah

Hasil uji t membuktikan bahwa variabel kepuasan nasabah memiliki nilai thitung sebesar 2,351 > ttabel 1,977 dan nilai signifikan sebesar 0,020 < 0,05 maka hipotesis pertama diterima. Variabel kepuasan nasabah (Z) menggunakan 3 indikator (Tjiptono, 2012:312) yaitu kesesuaian dengan harapan konsumen, minat berkunjung kembali, kesediaan merekomendasikan. Mayoritas responden yang mengisi kuesioner variabel loyalitas nasabah (Y) di dominasi mahasiswa perempuan dan mahasiswa S1 Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.

Pengaruh Kualitas Layanan Islam terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan Nasabah

Berdasarkan perhitungan uji sobel membuktikan bahwa variabel kepuasan nasabah mampu memediasi kualitas layanan Islam terhadap loyalitas nasabah sebesar 2,366 ≥ 1,96 (nilai mutlak) dengan tingkat signifikansi 5% (0,05).

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah peneliti jelaskan tentang pengaruh Kualitas Layanan Islam terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Jember maka dapat diambil kesimpulan seperti berikut ini:

(1) Kualitas Layanan Islam berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Jember. Dari hasil uji t yakni dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,527 dan nilai signifikan sebesar 0,013. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan Islam yang baik dan berkualitas akan memberikan kepuasan yang lebih bagi para nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Jember; (2) Kualitas Layanan Islam berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Jember. Dari hasil uji t yakni dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,148 dan nilai signifikan sebesar 0,033. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_2 diterima. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan Islam yang diberikan oleh Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Jember maka loyalitas nasabah akan meningkat pula; (3) Kepuasan Nasabah berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Jember. Dari hasil uji t yakni dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,351 dan nilai signifikan sebesar 0,020. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_3 diterima. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan nasabah akan menimbulkan loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Jember. Hal ini membuktikan kepuasan nasabah merupakan faktor penting untuk menghasilkan loyalitas nasabah; dan (4) Kualitas Layanan Islam berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah melalui Kepuasan Nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Jember. Hasil dari uji sobel membuktikan bahwa kepuasan nasabah mempunyai peran mediasi dengan nilai 2,366. Hal ini berarti semakin baik kualitas layanan Islam yang diberikan semakin tinggi pula kepuasan nasabah sehingga akan meningkatkan loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Jember.

Saran

Berdasarkan hasil studi, pembahasan serta kesimpulan, maka dapat disampaikan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat, yaitu: (1) Bagi perusahaan, seperti yang sudah dijelaskan bahwa kualitas layanan yang berbasis Islam merupakan salah satu hal yang penting dan utama dalam kemajuan di Bank Syariah Indonesia (BSI) Cabang Jember, untuk itu perlu dilakukan peningkatan dalam pendayagunaan dan pengelolaan layanan agar tujuan yang diharapkan tercapai. Hasil penelitian terkait kualitas layanan sudah menunjukkan kondisi yang baik. Namun, masih perlu adanya peningkatan yang lebih baik lagi terkait fasilitas yang lebih spesifik yang dapat mempermudah dalam proses transaksi; dan (2) Bagi akademisi atau peneliti selanjutnya, diharapkan untuk mengkaji lebih banyak sumber maupun referensi terkait kualitas layanan secara Islam dan lebih mempersiapkan diri dalam proses pengambilan dan pengumpulan data sehingga penelitian dapat dilaksanakan lebih baik.

Daftar Pustaka

- Andriyani, M., dan Ardianto, R. 2020. Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(02), 133-140.
- Anshori, A. G. 2018. *Perbankan Syariah Di Indonesia*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Asnawi, N., Sukoco, B. M., & Fanani, M. A. 2019. The role of service quality within Indonesian customers satisfaction and loyalty and its impact on Islamic banks. *Journal of Islamic Marketing*.
- Bank Mualamat. 2022. Riset: Nasabah Bank Muamalat Masih Paling Loyal di Sektor Perbankan Syariah. <https://www.merdeka.com/perbankan/riset-nasabah-bank-muamalat-masih-paling-loyal-di-sektor-perbankan-syariah.html> (Diakses pada tanggal 7 Maret 2022)
- Gayatri, G., dan Chew, J. 2013. How do Muslim consumers perceive service quality?. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*.
- Hilal, N., dan Djatola, H. R. 2018. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah dan Gethok Tular pada Bank Syariah di Kota Palu. *J-MKLI (Jurnal Manajemen Dan Kearifan Lokal Indonesia)*, 2(1), 23-33.
- Ishak, M. Z., dan Azzahroh, E. P. 2017. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening. *Jebis (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam) Journal Of Islamic Economics And Business*, 3(1), 26-38.
- Mawey, T. C., Tumbel, A., dan Ogi, I. W. 2018. Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank Sulutgo. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3).
- Nisazizah, B., & Sudaryanto, B. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, dan Customer Relationship Management terhadap Kepuasan Nasabah Serta Loyalitas Nasabah (Studi Pada Nasabah BNI Syariah Kantor Cabang Semarang dan Kantor Cabang Pembantu UNISULA). *Journal of Management*, 7(4), 116-127.
- Octavia, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pt. Bank Index Lampung. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(1), 35-39.
- Rita, P., Oliveira, T., dan Farisa, A. 2019. The impact of e-service quality on customer satisfaction on customer behavior in online shopping. *Heliyon*, 5(10), 1-14.
- Setianingsih, F. A., Herawaty, E. E., dan Supriyadi, E. 2019. Pengaruh Kualitas Produk Tabungan dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah yang berdampak pada Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten, Tbk di Wilayah Depok). *Jurnal Inovasi Manajemen Ekonomi Akutansi*, 1(2), 198-214.
- Sigit, K. N., dan Soliha, E. 2017. Kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 21(1), 157-168.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sumitro, W. 2004. *Asas-Asas Perbankan Islam & Lembaga-Lembaga Terkait (Baimul, Takaful Dan Pasar Modal Syariah di Indonesia)*. Edisi Keempat. Jakarta: PT Grafindo Persada.
- Tabrani, A., Sumarna, G., & Permatasari, M. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah (Tandamata) Pada Bank BJB Cabang Rangkasbitung. *MUAMALATUNA*, 11(1), 44-54.
- Ulfa, A. 2021. Dampak Penggabungan Tiga Bank Syariah di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(2), 1101-1106.
- Wahyuningsih, N., dan Janah, N. 2018. Faktor-Faktor yang mempengaruhi Kepuasan Nasabah menggunakan Internet Banking pada Bank Muamalat. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syari'ah*, 10(2), 295-314.
- Wicaksono, A. 2021. 180 juta umat muslim, baru 30 juta jadi nasabah bank syariah. <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20210210164446-78-604821/180-juta-umat-muslim-baru-30-juta-jadi-nasabah-bank-syariah> (Diakses pada tanggal 19 Februari 2022)
- Zikir, C. L. N., dan Riza, A. 2019. PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS DIMEDIASI OLEH KEPUASAN NASABAH PT. BANK BNI SYARIAH BANDA ACEH. *Jihbiz: Global Journal of Islamic Banking and Finance.*, 1(2), 94-114.
- Zulkarnain, R., Taufik, H. E. R., dan Ramdansyah, A. D. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada PT Bank Syariah Mu'amalah Cilegon). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 87-110.