

**PENGARUH RELIGIUSITAS, KUALITAS PELAYANAN,  
DAN PENERAPAN NILAI ISLAM TERHADAP  
LOYALITAS NASABAH**

**(STUDI KASUS NASABAH PT BNI SYARIAH KANTOR  
CABANG PEMBANTU UNGARAN)**

**Skripsi**

Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata S1

dalam Ilmu Perbankan Syariah



Disusun oleh :

**Nur Fitriatun Khasanah**

**NIM. 1505036016**

**PROGRAM STUDI S1 PERBANKAN SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO  
SEMARANG**

**2019**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lamp : 4 eksemplar

Hal : Naskah Skripsi

An. Sdr. Nur Fitriatun Khasanah

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah saya meneliti dan mengadakan perbaikan seperlunya, bersama ini saya kirim naskah skripsi saudara :

N a m a : Nur Fitriatun Khasanah

Nomor Induk : 1505036016

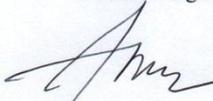
Judul : Pengaruh Religiusitas, Kualitas Pelayanan, dan Penerapan Nilai Islam Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus PT. BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Ungaran)

Dengan ini saya mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Semarang, 16 Oktober 2019

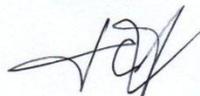
Pembimbing I



H. Ade Yusuf Mujaddid, M.Ag

NIP. 19670119 199801 1002

Pembimbing II



Arif Afendi, SE, M. Sc

NIP. 19850526 201503 1 002



KEMENTERIAN AGAMA RI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Prof. Dr. Hamka KM 2 Ngaliyan Telp. (024)7601291 Semarang

50185

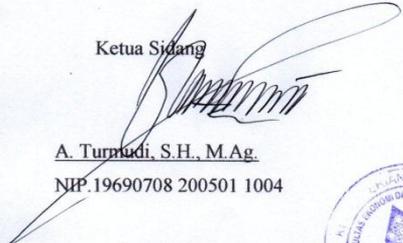
LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Nur Fitriatun Khasanah  
NIM : 1505036016  
Judul : Pengaruh Religiusitas, Kualitas Pelayanan, dan Penerapan Nilai Islam Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Nasabah PT. BNI Syariah KCP Ungaran)

Telah dimunaqasyahkan oleh Dewan Penguji Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, dan dinyatakan lulus dengan predikat cumlaude/baik/cukup, pada tanggal : 23 Oktober 2019

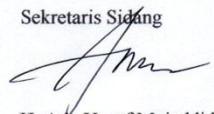
Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 tahun akademik 2019/2020.

Ketua Sidang

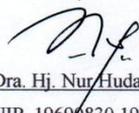
  
A. Turmudi, S.H., M.Ag.  
NIP.19690708 200501 1004

Semarang, 24 Oktober 2019

Sekretaris Sidang

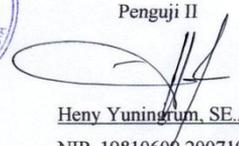
  
H. Ade Yusuf Mujaddid, M.Ag.  
NIP. 19670119 199803 1002

Penguji I

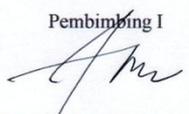
  
Dra. Hj. Nur Huda, M.Ag.  
NIP. 19690830 199403 2 003



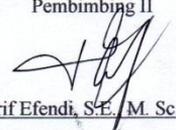
Penguji II

  
Heny Yuningrum, SE., M. Si.  
NIP. 19810609 200710 2005

Pembimbing I

  
H. Ade Yusuf Mujaddid, M. Ag.  
NIP. 19570913 198203 1 002

Pembimbing II

  
Arif Efendi, SE., M. Sc.  
NIP. 19850526 201503 1 002

## MOTTO

Tak Perlu Menjelaskan Dirimu Kepada Siapapun, Karena Yang  
Menyukaimu

Tidak Membutuhkannya dan Yang Membencimu Tidak akan  
Mempercayainya.

(Ali Bin Abi Thalib)

Bukanlah kesulitan yang membuat kita takut, tetapi ketakutanlah  
yang membuat kita sulit, oleh karena itu jangan pernah mencoba untuk

menyerah dan jangan pernah menyerah untuk mencoba. Maka

jangan katakan pada Allah “Aku punya masalah,

namun katakanlah pada masalah:

Aku punya Allah Yang

Maha Segala-Nya”. Subhanallah Wallahu Akbar.

(Ali Bin Abi Thalib)

## PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati dan rasa syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah serta inayah -Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan karya ilmiah ini dengan baik. Shalawat serta salam tidak lupa penulis haturkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW yang insya Allah memberikan syafa'at kepada umat Nabi Muhammad SAW yang beriman Skripsi ini saya persembahkan kepada orang-orang yang selalu mendukung penulis sehingga skripsi ini bisa disusun sebagaimana mestinya.

1. Skripsi ini saya persembahkan kepada Kedua orang tua tercinta. Teruntuk Ibu Khufrotun Khasanah, terimakasih telah memberikan kasih sayang yang tak terhingga serta selalu memberikan semangat, doa, dan segalanya kepada saya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Teruntuk Bapak Ahmad Royani, terimakasih atas limpahan kasih sayang, selalu memberikan semangat, tidak pernah lelah untuk selalu menasehati saya di kala melakukan kesalahan ataupun tidak melakukan kesalahan dan terimakasih untuk segala usahanya baik secara materi maupun non materi. Semoga Allah senantiasa memberikan umur yang panjang, kesehatan, serta kemurahan rizqi untuk kedua orang tua tercinta.
2. Untuk adik kandung saya, Ahmad Roenaldi Subekti dan Muhawwin Darul Azka. Terimakasih atas dukungannya selama ini. Semoga kelak menjadi anak Sholeh yang bisa membahagiakan kedua orang tua.

3. Nyai Hj. Muthohiroh, K.H. Abdul Kholiq, Lc., Drs. K.H. Mustaghfirin, K.H. Muhammad Qolyubi, S.Ag dan Ustadz Ruhani, M.Pd. Terimakasih selama 3 tahun penulis dibimbing dan dibina untuk menjadi manusi yang lebih bertaqwa. Do'a kalian selalu penulis rindu.
4. Terimakasih untuk sahabat-sahabat saya Rony Hasan Bisri, Atin Fitriyani, Hidayatul Masruroh, Siska Oktaviani, Umdatul Khusna, Nurmita Fitriyani dan semua teman-teman yang tak dapat kusebutkan satu persatu terimakasih atas semua dukungan dan motivasinya.
5. Terimakasih teman-teman PPRT khususnya angkatan 2015. Semoga semakin kompak dan silaturahmi selalu terjaga.
6. Terimakasih untuk teman-teman PBAS-A 2015 dan keluarga besar perbankan syariah 2015. Semoga silaturahmi kita tetap terjaga.
7. Terimakasih untuk teman-teman KPMDB 2015. Semoga silaturahmi kita selalu terjaga.
8. Terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memotivasi saya dalam menyusun skripsi ini.

## DEKLARASI

Dengan kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa skripsi tidak berisi materi yang pernah ditulis orang lain atau di terbitkan. Demikian skripsi ini tidak berisi satupun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi sebagai rujukan.

Semarang, 16 Oktober 2019

Deklarator



*Nur Fitriatun Khasanah*  
Nur Fitriatun Khasanah

NIM. 1505036016

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Departemen Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, pada tanggal 22 Januari 1988 Nomor: 157/1987 dan 0593b/1987.

### I. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	ba'	B	Be
ت	ta'	T	Te
ث	sa'	ṣ	Es (dengan titik diatas)
ج	Jim	J	Je
ح	H	Ḥ	H (dengan titik dibawah)
خ	Kha'	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Z	Ze

ر	Ra'	R	Er
ز	Za	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	Es(dengan titik dibawah)
ڢ	Dad	Ḍ	De (dengan titik dibawah)
ط	Ta'	ṭ	Te (dengan titik dibawah)
ظ	Za'	ẓ	Zet (dengan titik dibawah)
ع	Ain	‘	Koma terbalik Diatas
غ	Ghain	G	Ge
ف	Fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Oi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	‘el

م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en
و	Waw	W	W
هـ	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

## II. Konsonan Rangkap Karena *Syaddah* ditulis Rangkap

متعدِّه	Ditulis	<i>muta'addidah</i>
عِدَّة	Ditulis	' <i>iddah</i>

## III. Ta' *Marbutah* di Akhir Kata

a. Bila dimatikan tulis *h*

حكمة	Ditulis	Hikmah
جزية	Ditulis	Jizyah

(Ketentuan ini tidak tampak terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti zakat, shalat, dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafat aslinya).

- b. Bila diikuti dengan kata sandang “*al*” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan *h*

كرامة الأولياء	Ditulis	Karomah al- auliya
----------------	---------	-----------------------

- c. Bila *ta' marbûtah* hidup maupun dengan harakat, fathah, kasrah, dan dammah ditulis *t*

زكاة الفطر	Ditulis	Zakat al-fitr
------------	---------	---------------

#### IV. Vokal Pendek

ـَـ	Fathah	Ditulis	<b>A</b>
ـِـ	Kasrah	Ditulis	<b>I</b>
ـُـ	Dammah	Ditulis	<b>U</b>

#### V. Vokal Panjang

Fathah + alif	Ditulis	Ā
جاهلية	Ditulis	<i>Jāhiliyah</i>

Fathah + ya"mati تنسى	Ditulis Ditulis	Ā <i>Tansā</i>
Kasrah + ya"mati كريم	Ditulis Ditulis	Ī <i>Karīm</i>
Dammah + wawu Mati فروض	Ditulis Ditulis	Ū <i>Furūd</i>

## VI. Vokal Rangkap

Fathah + ya"mati بينكم	Ditulis Ditulis	Ai <i>Bainakum</i>
Fathah + wawu mati	Ditulis Ditulis	Au <i>Qaul</i>

قول		
-----	--	--

**VII. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan aposrof**

أنتم ا	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرتم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

**VIII. Kata Sandang Alif + Lam**

a. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

القرآن	Ditulis	<i>al-Qur'an</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyas</i>

b. Bila diikuti huruf *syamsiyah* ditulis dengan n menyebabkan *syamsiyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf *l* (el)nya

السماء	Ditulis	<i>As-Samā'</i>
اشمس	Ditulis	<i>Asy-Syams</i>

## IX. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut penulisannya.

ذوى الفروض	Ditulis	<i>Zawi al-furūd</i>
اهل السنة	Ditulis	<i>Ahl as-Sunnah</i>

## X. Pengecualian

- Sistem transliterasi ini tidak berlaku pada :
  - a. Kosa kata Arab yang lazim dalam Bahasa Indonesia dan terdapat dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia, misalnya: Al-Qurʿan, hadits, mazhab, syariat, lafaz.
  - b. Judul buku yang menggunakan kata Arab, namun sudah dilatinkan oleh penerbit, seperti judul buku *Al-Hijab*.
  - c. Nama pengarang yang menggunakan nama Arab, tapi berasal dari negara yang menggunakan huruf latin, misalnya Quraish Shihab, Ahmad Syukri Soleh.

- d. Nama penerbit di Indonesia yang menggunakan kata Arab, misalnya Toko Hidayah, Mizan.

## **Abstrak**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh religiusitas, kualitas pelayanan, dan penerapan nilai Islam terhadap loyalitas nasabah BNI Syariah KCP Ungaran. Peneliti menguji variable – variabel tersebut yang diduga berpengaruh terhadap loyalitas BNI Syariah KCP Ungaran.

Metode pemilihan sampel dengan mengambil dari sebagian populasi yang ada, yaitu dengan menggunakan rumus slovin dan memperoleh 98 responden sebagai sampel. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang didapat dari responden dengan cara pengisian kuesioner. Data yang diperoleh kemudian diolah dengan menggunakan alat bantu SPSS versi 22. Analisis ini meliputi uji reliabilitas, uji validitas, uji asumsi klasik, uji statistik melalui uji Ttest, Ftest dan uji koefisien determinan ( $R^2$ ) serta uji regresi linier berganda.

Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa religiusitas dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, sedangkan penerapan nilai islam berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah. Kemampuan prediksi ketiga variabel independen terhadap loyalitas nasabah sebesar 33,1% yang ditunjukkan dari besarnya R Square ( $R^2$ ) sisanya 66,9% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian.

**Kata Kunci :** Religiusitas, Kualitas Pelayanan, Nilai Islam, Loyalitas Nasabah

## **KATA PENGANTAR**

Assalamualaikum wr. wb

Segala puji senantiasa kita panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat, rahmat, dan hidayahNya kepada kita semua sehingga sampai dengan detik ini kita masih diberi kesempatan untuk bernafas dan menikmati dunia ini. Semoga kita semua diberikan umur panjang dan kesehatan supaya kita bisa terus beribadah dan bersujud kepadaNya.

Shalawat serta salam tidak lupa tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang menuntun kita dari jaman jahiliyah menuju jaman islamiyah yaitu agama islam. Semo ga kita semua mendapat pengakuan sebagai umat beliau dan mendapatkan syafaatnya di hari akhir nanti.

Sege nap rasa syukur dan kerendahan hati penulis mengucapkan Alhamdulillah telah terselesainya skripsi yang berjudul “PENGARUH RELIGIUSITAS, KUALITAS PELAYANAN, DAN PENERAPAN NILAI ISLAM TERHADAP LOYALITAS NASABAH PT BNI SYARIAH KANTOR CABANG PEMBANTU UNGARAN” dengan baik dan lancar.

Penulis menyadari bahwa terselesaikannya skripsi ini bukanlah hasil jerih payah penulis pribadi, akan tetapi karena

adanya wujud akumulasi dari usaha dan bantuan, pertolongan, serta doa dari berbagai pihak yang telah berkenan membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M.Ag., selaku rektor UIN Walisongo Semarang
2. Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag., selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
3. Heny Yuningrum, SE., M.Si., selaku ketua jurusan program studi S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
4. H. Ade Yusuf Mujaddid, M.Ag. dan Arif Afendi, SE., M. Sc., Selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan arahan, masukan, serta bimbingan kepada penulis sehingga skripsi ini bisa terselesaikan dengan lancar dan baik.
5. Segenap dosen UIN Walisongo Semarang beserta staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang sudah melayani dan memberikan sebagian ilmu mereka dengan penuh kesabaran.
6. Orang tua penulis yang sudah memberikan semangat dan doa yang tak pernah berhenti.

7. Seluruh pihak yang telah membantu di dalam proses penyusunan skripsi ini.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan mereka dengan sesuatu yang lebih dibanding apa yang mereka berikan kepada penulis. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran dari pembaca yang bersifat membangun sangat dibutuhkan supaya penelitian yang akan datang bisa lebih baik lagi.

Wassalamu'alaikum wr. Wb

Semarang, 15 Oktober 2019

Hormat Saya,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Nur Fitriatun Khasanah', written in a cursive style.

Nur Fitriatun Khasanah

NIM. 1505036016

## DAFTAR ISI

MOTTO.....	iv
PERSEMBAHAN.....	v
DEKLARASI.....	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN .....	viii
Abstrak.....	xvi
KATA PENGANTAR.....	xvii
DAFTAR TABEL.....	xxiv
BAB I.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
PENDAHULUAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.1    Latar Belakang .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.2    Rumusan Masalah.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.3    Tujuan penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menguji secara empiris:	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.    Apakah Religiusitas Berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah pada BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Ungaran	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.    Apakah Kualitas Pelayanan Berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah pada BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Ungaran...	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

3.	Apakah Penerapan Nilai Islam Berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah pada BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Ungaran...	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>1.4</b>	<b>Manfaat penelitian .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>1.5</b>	<b>Sistematika penulisan.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB II.....</b>		<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>KAJIAN PUSTAKA.....</b>		<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>2.1</b>	<b>Kerangka Teoritis.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.1	Religiusitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.1.1	Pengertian religiusitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.1.2	Dimensi Religiusitas.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>2.1.2</b>	<b>Kualitas Pelayanan.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.2.1	Pengertian kualitas pelayanan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.2.2	Macam-macam Kualitas Pelayanan ..	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.2.3	Dimensi Kualitas Pelayanan	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.2.4	mengukur Kualitas Pelayanan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.2.5	Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>2.1.3</b>	<b>Penerapan Nilai Islam.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.3.1	Pengertian nilai Islam.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.3.2	Prinsip nilai-nilai Islam .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

2.1.3.3	pembagian Nilai-nilai Islam	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.3.4	Penerapan nilai Islam Dalam Perbankan Syariah.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>2.1.4</b>	<b>Loyalitas Nasabah .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.4.1	Pengertian Loyalitas Nasabah .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.4.2	Karakteristik Loyalitas Pelanggan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.4.3	Tahapan Loyalitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.4.4	Tingkatan Pelanggan menuju Loyalitas ...	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>2.2</b>	<b>Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>2.3</b>	<b>Kerangka Penelitian.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB III</b>	<b>.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN</b>	<b>.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>3.1</b>	<b>Metode Penelitian .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.1.1	Jenis Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.1.2	Tempat dan Waktu Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.1.3	Populasi dan Sampel Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>3.2</b>	<b>Teknik Pengumpulan Data.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2.1	Pengertian Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2.2	Pengumpulan Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

3.3	Skala Pengukuran .....	Error! Bookmark not defined.
3.4	Definisi Konsep dan Operasional.....	Error! Bookmark not defined.
3.5	Teknik Analisis Data .....	Error! Bookmark not defined.
3.5.1	Uji Instrumen.....	Error! Bookmark not defined.
3.5.2	Uji Asumsi Klasik.....	Error! Bookmark not defined.
3.5.3	Uji Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
<b>BAB IV</b>	.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>ANALISIS DATA</b>	.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1	Gambaran Umum BNI Syariah ....	Error! Bookmark not defined.
4.1.1	Sejarah Berdirinya BNI Syariah	Error! Bookmark not defined.
4.1.2	Visi Misi BNI Syariah .....	Error! Bookmark not defined.
4.1.3	Struktur Organisasi BNI Syariah	Error! Bookmark not defined.
4.1.4	Produk-produk BNI Syariah.....	Error! Bookmark not defined.
4.2	Karakteristik Responden .....	Error! Bookmark not defined.
4.3	Analisis Statistik Deskriptif.....	Error! Bookmark not defined.
4.4	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas ..	Error! Bookmark not defined.
4.4.1	Uji Validitas .....	Error! Bookmark not defined.
4.4.2	Uji Reliabilitas.....	Error! Bookmark not defined.
4.5	Uji Asumsi Klasik.....	Error! Bookmark not defined.
4.5.1	Uji Normalitas .....	Error! Bookmark not defined.
4.5.2	Uji Heteroskedastisitas .....	Error! Bookmark not defined.
4.5.3.	Uji Multikolinieritas .....	Error! Bookmark not defined.

4.5.4 Uji Koefisien Determinasi.....	Error! Bookmark not defined.
4.5.5 Uji Regresi Linier Berganda.....	Error! Bookmark not defined.
<b>4.6 Uji Hipotesis.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.6.1 Uji Signifikansi Parsial (Uji T)..	Error! Bookmark not defined.
4.6.2 Uji Signifikansi Simultan (uji F)	Error! Bookmark not defined.
<b>4.7 Pembahasan Hasil Penelitian .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB V.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>PENUTUP .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>5.1 Kesimpulan .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>5.2 Saran.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

## **DAFTAR TABEL**

**Tabel 4.1 Jenis Kelamin**

**Tabel 4.2 Usia Responden**

**Tabel 4.3 Pendidikan Terakhir Responden**

**Tabel 4.4. Pekerjaan Responden**

**Tabel 4.5 Hasil Analisis Statistik Deskriptif**

**Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas**

**Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas**

**Tabel 4.8 Uji Kolmogorov-Smirnov**

**Tabel 4.9 Uji Glajser**

**Tabel 4.10 Uji Multikolinearitas**

**Tabel 4.11 Uji Regresi Linear Berganda**

**Tabel 4.11 Uji Regresi Linear Berganda**

**Tabel 4.13 Uji Signifikansi Parsial (Uji t)**

**Tabel 4.13 Uji F**

## **DAFTAR GRAFIK**

**Grafik 4.1 Grafik Histogram**

**Grafik 4.2 Normal Probability Plot**

## DAFTAR GAMBAR

**Gambar 4.3 Grafik *Scatterplot***



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Kehidupan ekonomi tengah dikuasai oleh kegiatan ekonomi yang bersifat spekulatif dan penggunaan instrumen bunga (ribawi). Uang sudah menjadi komoditas dan diperdagangkan seperti halnya barang dan jasa lainnya. Dengan demikian kekuatan permintaan dan penawaran uang di dalam pasar sangat berpengaruh terhadap kondisi perekonomian suatu negara dibidang moneter.<sup>1</sup>

Sehubungan dengan upaya dilakukannya kegiatan ekonomi yang tidak didasarkan pada instrumen bunga yang bersifat spekulatif, maka keberadaan perbankan yang kegiatan operasionalnya didasarkan pada syariat islam dianggap sebagai solusi terhadap permasalahan yang ditimbulkan dari kegiatan ekonomi yang berbasis bunga. Perbankan yang berbasis syariat islam dapat menunjukkan karakter kegiatan ekonomi yang bersifat riil dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, yaitu tidak berdasarkan bunga.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Jundiani, *Pengaturan Hukum Perbankan Syariah Di Indonesia*, Malang: Press, 2009, hal. 2

<sup>2</sup> Adiwarmarman Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004, hal. xvii

Bank merupakan lembaga keuangan yang paling penting dan besar peranannya dalam kehidupan masyarakat. Lembaga keuangan bank dalam arti luas adalah sebagai perantara dari pihak yang mempunyai kelebihan dana (*surplus of funds*) dengan pihak yang kekurangan dana (*lack of funds*), sehingga peranan dari lembaga keuangan bank yang sebenarnya, yaitu sebagai perantara keuangan masyarakat (*financial intermediary*).<sup>3</sup>

Lembaga keuangan adalah setiap perusahaan yang bergerak dibidang keuangan, menghimpun dana, menyalurkan dana atau kedua-duanya.<sup>4</sup> Saat ini lembaga keuangan memiliki peran yang sangat penting. Semua kegiatan ekonomi hampir tidak mungkin terhindar dari peran lembaga keuangan. Lembaga keuangan merupakan salah satu faktor pertumbuhan ekonomi suatu Negara. Perkembangan dunia usaha termasuk sektor perbankan di kota-kota menunjukkan perkembangan yang pesat hal ini dapat

---

<sup>3</sup> Muh. Djumhana, *Hukum Perbankan di Indonesia*, Bandung: PT. Citra Aditya Bhakti, 2006, h. 101.

<sup>4</sup> Kasmir, *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Cet. 6, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002, hal. 2

dibuktikan dengan adanya lembaga keuangan yang membuka kantor-kantor baru dan cabang-cabang baru.

Perkembangan perbankan syariah dibuktikan dengan adanya peningkatan jumlah bank dan jumlah kantor. Menurut data statistik perbankan syariah yang dikeluarkan oleh Otoritas Jasa Keuangan (OJK) pada April 2018, terdapat 13 Bank Umum Syariah (BUS) dengan jumlah Kantor 1.822 dan memiliki aset sebesar 292.289 Miliar, 21 Unit Usaha Syariah dengan jumlah Kantor 348 dan memiliki aset sebesar 131.655 Miliar, 168 BPRS dengan jumlah kantor 458.<sup>5</sup>

Kehadiran perbankan yang berbasis nilai dan penormaam islam telah membuktikan daya tahannya dalam melalui masa krisis moneter pada pertengahan tahun 1997, walaupun hanya didasarkan pada ketentuan undang-undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang perbankan dan peraturan pelaksanaannya. Dengan keberhasilan perbankan tersebut maka pemerintah mengokohkan kehadirannya dengan mengaturnya lebih jauh melalui Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang perbankan atas Undang-undang Nomor 7 tahun tentang perbankan.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> [www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id) diakses pada tgl 16 Agustus 2019 pukul 06.03

<sup>6</sup> Jundiani, *Pengaturan Hukum Perbankan Syariah Di Indonesia*, h. 31

Perkembangan perbankan saat ini mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Perubahan ini terjadi disebabkan oleh pesatnya pertumbuhan dan perkembangan teknologi, informasi, mesin dan alat-alat berat, terlebih lagi teknologi komunikasi. Akibat dari perubahan yang begitu cepat berimbas pada perubahan perilaku masyarakat. Dengan adanya teknologi, maka masyarakat dapat dengan mudah mendapatkan informasi terutama tentang dunia perbankan di Indonesia.

Bank syariah telah mendapatkan respon yang baik oleh Bank Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan didirikannya biro perbankan syariah yang memberi peluang kepada Bank Umum untuk mendirikan layanan syariah berupa Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah (UUS). Bank Syariah adalah bank yang menjalankan segala kegiatan usahanya dalam memberikan jasa dan lalu lintas pembayaran berdasarkan prinsip syariah. Menurut peraturan Bank Indonesia No. 6/24/PBI/2004 tentang bank umum dalam menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dapat dinyatakan bahwa bentuk badan hukum yang dapat didirikan bank syariah dapat berupa Perseroan Terbatas (PT), Koperasi, dan Perusahaan Daerah.

Persaingan sektor perbankan di Indonesia semakin ketat, hal ini dimulai sejak diberlakukannya Undang-undang No. 10 tahun 1998 tentang perbankan sebagai pengganti Undang-undang No. 7 tahun 1992. Dengan adanya undang-undang tersebut perbankan syariah di Indonesia memperoleh kesempatan yang lebih luas untuk berkembang menyelenggarakan kegiatan usaha termasuk pemberian kesempatan kepada bank umum konvensional untuk membuka kantor cabang yang melaksanakan operasional perbankan berdasarkan prinsip syariah.<sup>7</sup>

Dalam perbankan syariah harus berasaskan kepada asas demokrasi ekonomi yang mana dalam kegiatan usaha perbankan syariah harus mengandung nilai-nilai keadilan, kebersamaan, pemerataan dan kemanfaatan. Nilai-nilai islam harus diterapkan dalam mengatur perbanankan yang didasarkan pada prinsip syariah. Hal ini merupakan salah satu upaya pengembangan sistem ekonomi berdasarkan nilai islam dengan mengangkat prinsip-prinsipnya kedalam sistem hukum nasional.

Demikian pula dalam melaksanakan kegiatan usahanya, perbankan syariah harus berpedoman kepada

---

<sup>7</sup> Undang-undang No. 7 Tahun 1992 *tentang Perbankan Sebagaimana diubah dengan UU No. 10 Tahun 1998.*

pengolahan perbankan yang sehat, kuat, tangguh, dan kompetitif. Berbeda pada tujuan bank pada umumnya yang menekankan pada peningkatan pemerataan, pertumbuhan ekonomi dan stabilitas nasional. Tujuan perbankan syariah diarahkan dalam rangka meningkatkan keadilan, kebersamaan, dan pemerataan kesejahteraan rakyat. Dalam praktik perbankan syariah nilai islam harus dijalankan karena setiap transaksi harus benar-benar memperhatikan rasa keadilan dan sedapat mungkin menghindari ketidakadilan, oleh karena itu harus ada saling ridha dari masing-masing pihak.

Loyalitas nasabah sangat penting bagi perbankan syariah karena semakin tinggi tingkat kelayakan nasabah, maka hal tersebut dapat menjaga kelangsungan usahanya. Mempertahankan nasabah yang loyal harus menjadi prioritas yang lebih besar dibandingkan usaha untuk mendapat merupakan salah akan nasabah yang baru. Oleh karena itu, loyalitas nasabah merupakan salah satu asset terbesar yang mungkin didapat oleh perusahaan. Loyalitas sendiri bisa dipengaruhi oleh beberapa faktor, misalnya religiusitas, kualitas pelayanan dan penerapan nilai islam. Nasabah yang loyal adalah mereka yang sangat puas dengan produk

pelayanan tertentu, sehingga mempunyai semangat untuk memberi tahu kepada orang-orang yang dikenalnya. Menurut Kotler (2001) dalam Thoyibah (2009) loyalitas tinggi adalah pelanggan yang melakukan pembelian dengan presentasi semakin meningkat pada perusahaan tertentu daripada perusahaan lain.

Data statistik dan beberapa studi terkait dengan indeks loyalitas penabung, dapat dilihat pada tabel, posisi BNI terletak diperingkat 4.

**Tabel 1.1**  
**Indeks Loyalitas Nasabah Bank Syariah<sup>8</sup>**

No.	Nama Bank
1	Bank Syariah Mandiri
2	Bank Muamalat Indonesia
3	Bank Mega Syariah
4	Bank Negara Indonesia Syariah
5	Bank Rakyat Indonesia Syariah
6	Bank Syariah Bukopin
7	Bank Tabungan Negara Syariah
8	Danamon Syariah

---

<sup>8</sup> [www.infobanknews.com](http://www.infobanknews.com) diakses pada tgl 20 Mei 2019 pukul 19.25

9	CIMB Niaga Syariah
10	BII Syariah

Sumber: infobanknews.com

Kondisi tersebut memberikan gambaran pentingnya langkah terobosan yang harus dikembangkan oleh setiap bank syariah di Indonesia khususnya BNI Syariah dalam rangka mendongkrak pangsa pasarnya di industri perbankan nasional. Salah satu cara yang harus dilakukan oleh BNI Syariah untuk meningkatkan pangsa pasarnya adalah dengan meningkatkan kualitas layanan kepada nasabahnya. Menciptakan dan mempertahankan nasabah yang loyal merupakan jantung setiap bisnis. Sebab pada dasarnya suatu lembaga keuangan selalu berupaya untuk mencari dan membina para nasabahnya, karena melalui nasabah suatu lembaga keuangan akan tumbuh maju dan berkembang.

Pelayanan perusahaan menjadi tuntutan bagi perbankan dalam melayani nasabah bank sebagai ukuran dalam memutuskan dan memilih bank yang tepat. Menurut nasabah pelayanan sebuah bank menggambarkan keadaan kinerja bank dan keseriusannya dalam memberikan pelayanan kepada nasabah sebagai mitra usaha perbankan. Dengan

pelayanan yang baik dan menyediakan kebutuhan nasabah dengan konsep keadilan, tidak adanya bunga atau riba, yang diberikan Bank BNI Syariah Kantor Cabang Semarang. Jika nasabah merasa puas atas kualitas yang diberikan Bank BNI Syariah Kantor cabang Semarang maka cenderung akan berpengaruh terhadap perilaku nasabah, sehingga nasabah akan melakukan transaksi atau kerjasama dengan BNI Syariah secara terus menerus sehingga nantinya nasabah tersebut diharapkan mampu menjadi nasabah yang loyal.

Setiap nasabah tentunya menginginkan sebuah kepuasan terhadap kinerja pelayanan bank yang baik. Pentingnya peran bank syariah dalam perekonomian di Indonesia, mendorong berbagai upaya peningkatan dan pengembangan bank syariah yang didukung faktor perbaikan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan atau nasabah yang akan meningkatkan loyalitas nasabah bank syariah. Kemudian berkenaan dengan prospek perbankan syariah ke depan, diharapkan masih bertumbuh dan prospektif, tercermin dari pengembangan pasar yang masih besar di dalam negeri.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> Nur Hayati dan Fatmasaris sukesti, 2016, Peningkatan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Melalui Peningkatan Kualitas Layanan Dan Kepuasan Nasabah Dengan Variabel Religiusitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Bank Syariah Di Kota Semarang), *Economica*, VII (2),

Nasabah memilih penyedia jasa berdasar harapan dan setelah menikmati jasa mereka akan membandingkan dengan apa yang mereka harapkan. Bila kualitas jasa yang mereka nikmati ternyata memberikan kepuasan maka nasabah akan kembali untuk menggunakan jasa tersebut begitupun sebaliknya. Chusnah (2016) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Artinya kualitas pelayanan yang baik akan menyebabkan tingkat kepuasan serta keinginan nasabah untuk menjadi loyal semakin meningkat, sebaliknya kualitas pelayanan yang buruk akan mengakibatkan rendahnya tingkat loyalitas nasabah. Baik buruknya kualitas pelayanan yang diberikan tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten. Namun dalam penelitian Riantoro (2016) menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang terdiri dari keandalan, jaminan dan daya tanggap tidak berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas nasabah.

Dalam mendapatkan nasabah yang loyal bank syariah juga juga perlu menggunakan tingkat religiusitas nasabah, Religiusitas atau keberagamaan merupakan kegiatan

beragama seseorang dalam melakukan ibadah, religiusitas tidak hanya suatu hal yang dilakukan secara tampak akan tetapi merupakan keyakinan seseorang yang melibatkan antara hati, pikiran, hal yang nyata dan hal yang ghoib. Sehingga religiusitas dapat menunjukkan kualitas diri seseorang beragama. Wijarnoko (2016) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa religiusitas berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Namun dalam penelitian Chusnah (2016) menyatakan sebaliknya, bahwa Religiusitas tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Selain melalui religiusitas dan kualitas pelayanan yang diberikan bank syariah untuk dapat bersaing dengan lembaga keuangan lainnya demi mendapatkan nasabah yang loyal, bank syariah juga perlu menggunakan prinsip syariah dalam kegiatan operasionalnya. Munawarah (2016) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa penerapan nilai islam berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas nasabah. Dengan adanya pengaplikasian nilai-nilai Islam dalam setiap aktivitas perbankan syariah yaitu perjanjian/akad yang dibuat antara bank syariah dengan nasabahnya, akan sangat mendukung proses perkembangan perbankan

syariah ke depannya. Penerapan nilai-nilai Islam pada bank syariah secara baik dan benar tentu saja akan mempengaruhi keputusan masyarakat untuk menjadi nasabah bank syariah. Penerapan nilai-nilai Islam perlu menjadi perhatian penting bagi setiap anak syariah. Dengan penerapan nilai-nilai Islam tersebut, akan meningkatkan kepercayaan masyarakat untuk menempatkan dananya ataupun untuk menggunakan pembiayaan dari perbankan syariah. Semakin banyak masyarakat menempatkan dananya atau menggunakan pembiayaan dari bank syariah, itu menunjukkan masyarakat telah menjadi nasabah yang loyal pada bank syariah. Namun dalam penelitian Sari dan Nurita (2014) menyatakan bahwa penerapan nilai Islam tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas nasabah.

Dari latar belakang diatas penulis tertarik untuk meneliti tentang “Pengaruh Religiusitas, Kualitas Pelayanan, dan Penerapan Nilai Islam Terhadap Loyalitas Nasabah PT. BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Ungaran”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah Religiusitas Berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah?

2. Apakah Kualitas Pelayanan Berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah?
3. Apakah Penerapan Nilai Islam Berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah?

### **1.3 Tujuan penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menguji secara empiris:

1. Apakah Religiusitas Berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah pada BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Ungaran
2. Apakah Kualitas Pelayanan Berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah pada BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Ungaran
3. Apakah Penerapan Nilai Islam Berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah pada BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Ungaran

### **1.4 Manfaat penelitian**

#### **1.4.1 Secara teoritis**

Penelitian ini berguna untuk menambah dan memperluas ilmu pengetahuan, khususnya mengenai pengaruh religiusitas, penerapan nilai Islam dan kualitas

pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Ungaran

#### 1.4.2 Secara Praktis

##### 1.4.2.1 Bagi Bank Syariah Kantor Cabang Pembantu Ungaran

Sebagai sumbangan saran, pemikiran, informasi dan pengambilan kebijakan untuk merencanakan strategi di dalam menarik dan mempertahankan para nasabah sehingga nasabah akan tetap loyal.

##### 1.4.2.2 Bagi Akademik

Sebagai asset pustaka yang diharapkan dapat dimanfaatkan oleh seluruh kalangan akademisi, baik dosen maupun mahasiswa, dan upaya dalam memberikan informasi, pengetahuan dan sebagai proses pembelajaran mengenai religiusitas, penerapan nilai Islam dan kualitas pelayanan terhadap nasabah yang loyal, yang telah diterapkan oleh lembaga keuangan yang menjalankan kegiatan kepada masyarakat secara syariah yaitu pada Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Ungaran.

##### 1.4.2.3 Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai bahan perbandingan untuk menambah

pengetahuan khususnya bagi pihak-pihak yang terkait pada masalah yang dibahas untuk diteliti lebih lanjut.

#### 1.4.2.4 Bagi penulis

Sebagai tolak ukur kemampuan yang dimiliki peneliti dengan menerapkan dan membandingkan teori yang telah didapat di bangku kuliah dengan kenyataan yang ada khususnya dalam hal pengaruh religiusitas, penerapan nilai Islam dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah PT Bank BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Ungaran.

### **1.5 Sistematika penulisan**

Sistematika pembahasan skripsi ini di sajikan dalam lima bab, dan disetiap babnya terdapat sub-sub bab sebagai perinciannya, maka dari itu sistem pembahasannya sebagai berikut:

## **BAB I: PENDAHULUAN**

Bab ini berisi mengenai latar belakang masalah, yang menampilkan landasan pemikiran secara garis besar baik dalam teori maupun fakta yang ada, yang menjadi alasan dibuatnya penelitian ini. Perumusan

masalah berisi mengenai pernyataan tentang keadaan, fenomena, dan atau konsep yang memerlukan jawaban melalui penelitian. Tujuan dan kegunaan penelitian yang merupakan hal yang diharapkan dapat dicapai mengacu pada latar belakang masalah, perumusan masalah dan hipotesis yang diajukan. Pada bagian terakhir dari bab ini yaitu sistem penulisan, diuraikan mengenai ringkasan materi yang akan dibahas pada setiap bab yang ada dalam skripsi.

## **BAB II: LANDASAN TEORI**

Bab ini menguraikan tinjauan teori, yang berisi jabaran teori-teori dan menjadi dasar dalam perumusan hipotesis serta membantu dalam analisis hasil penelitian. Penelitian terdahulu merupakan penelitian yang dilakukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya yang berhubungan dengan penelitian ini. Hipotesis adalah pernyataan yang disimpulkan dari tinjauan pustaka, serta merupakan jawaban sementara atas masalah penelitian.

## **BAB III: METODOLOGI PENELITIAN**

Dalam bab ini akan menguraikan variabel penelitian dan efisiensi operasional dimana skripsi terhadap variabel yang digunakan dalam penelitian akan dibahas sekaligus melakukan pendefinisian secara operasional. Penentuan sampel berisi mengenai masalah yang berkaitan dengan jumlah populis, jumlah sampel yang diambil dan metode pengambilan sampel. Jenis dan sumber data gambaran tentang jenis data yang digunakan untuk variabel penelitian. Metode analisis data mengungkapkan bagaimana gambaran model analisis yang digunakan dalam penelitian.

#### **BAB IV: ANALISI DATA DAN PEMBAHASAN MASALAH**

Dalam bagian ini menjelaskan tentang deskripsi objek penelitian yang berisi penjelasan singkat objek yang digunakan dalam penelitian. Analisis data dan pembahasagn hasil merupakan bentuk yang sederhana yang mudah dibaca dan yang mudah diinterpretasikan meliputi deskripsi objek penelitian, analisis penelitian, serta analisis data

dan pembahasan. Hasil penelitian mengungkapkan interpretasi untuk memaknai implikasi penelitian.

## **BAB V: PENUTUP**

Bab ini merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan dan saran-saran dari hasil analisis data pada bab-bab sebelumnya yang berkenaan dengan hasil pembahasan skripsi.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2.1 Kerangka Teoritis**

##### 2.1.1 Religiusitas

###### 2.1.1.1 Pengertian religiusitas

Harun Nasution membedakan pengertian religiusitas berdasarkan asal kata, yaitu *al-din*, religi, dan agama. Al-din berarti undang-undang hukum. Kemudian dalam bahasa arab kata ini mengandung arti menguasai, tunduk, patuh. Sedangkan, dari kata religi berarti mengumpulkan atau membaca. Kemudian *religare* berarti mengikat. Religiusitas berarti menunjukkan aspek religi yang telah dihayati individu dalam hati, diartikan seberapa jauh pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan, dan seberapa pelaksanaan ibadah dan kaidah, serta penghayatan atas agama yang dianutnya dalam bentuk sosial dan aktivitas yang merupakan perwujudan ibadah.

Religiusitas berasal dari bahasa latin *relegare* yang berarti mengikat secara erat atau ikatan kebersamaan. Religiusitas adalah sebuah ekspresi spiritual seseorang yang berkaitan dengan sistem keyakinan, nilai, hukum yang

berlaku dan ritual.<sup>1</sup> Religiusitas merupakan bentuk aspek keislaman yang telah dimiliki oleh individu manusia di dalam hati. Maka religiusitas digambarkan dalam beberapa aspek yang harus dipenuhi sebagai petunjuk mengenai bagaimana cara menjalankan hidup dengan benar agar manusia dapat mencapai kebahagiaan baik di dunia maupun di akhirat. Islam adalah suatu cara hidup manusia yang dapat membimbing seluruh aspek kehidupan manusia dengan aqidah, akhlak, dan syariah.<sup>2</sup>

Religiusitas dalam Islam tidak hanya terjadi ketika seseorang melakukan ibadah ritual saja, melainkan juga ketika seseorang melakukan aktivitas sehari-hari lainnya. Keberagaman (religiusitas) diwujudkan dalam berbagai sisi kehidupan manusia. Dalam pernyataan pertama etika Islam adalah supaya manusia mempunyai perilaku yang baik mengikuti ajaran Islam bagi mencapai keridhaan Allah. Agama mempunyai pengaruh dalam pembentukan sikap karena agama meletakkan dasar konsep moral dalam diri individu. Pemahaman akan baik dan buruk, garis pemisah antara sesuatu yang boleh dan yang tidak boleh dilakukan,

---

<sup>1</sup>Mangun Wijaya Y. B., *Menumbuhkan Sikap Religiusitas Anak*. Jakarta: Gramedia, 1986, h. 112

<sup>2</sup>Adiwarman Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan...*, h. 1-2

diperoleh dari pemahaman dan pengetahuan terhadap ajaran agama. Islam sebagai agama merupakan konsep yang mengatur kehidupan manusia secara komprehensif dan universal baik dalam hubungan dengan sang pencipta (HabluminAllah) maupun dalam hubungan sesama manusia (Habluminannas)<sup>3</sup>

Religiusitas bisa diwujudkan dalam berbagai sisi kehidupan termasuk dalam aspek ekonomi. Lembaga keuangan syariah menjadi penyempurna kegiatan perekonomian pada masa sekarang, karena lembaga keuangan syariah termasuk ke dalam aspek syariah yang berhubungan dengan muamalah. Dalam bermuamalah, semua transaksi dibolehkan kecuali yang diharamkan oleh syariat. Dan penyebab terlarangnya sebuah transaksi menurut syariat dikarenakan adanya faktor haram zatnya, haram selain zatnya dan tidak sah. Haram zatnya bisa disebabkan oleh objek transaksinya yang haram, haram selain zatnya didasarkan bahwa transaksi haruslah memiliki prinsip kerelaan atau kedua belah pihak yang sama-sama ridho terhadap terjadinya suatu transaksi sehingga tidak akan terjadi penipuan.

---

<sup>3</sup> Ari Kristin, 2012, Analisis Pengaruh Faktor Ekonomi Dan Religiusitas Terhadap Persepsi Supervisor Dan Manajer Mengenai Independensi Dewan Pengawas Syari'ah (Studi Kasus Pada Bank Syari'ah Di Indonesia), *Economica*, II (2)

Sedangkan haram selain zatnya karena melanggar beberapa hal, diantaranya *maysir*, *gharar* dan *riba*, *ihtikar*, *ba'I najasy*. Selain itu adanya dukungan dari Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN), Majelis Ulama Indonesia (MUI) tahun 2003 bahwa bunga tidak sesuai dengan syariat Islam. Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan dalam Al-qur'an Al-imran ayat 130-132:

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَاْكُلُوْا الرِّبَاۤ اَضْعَافًا مُّضَاعَفًا ۗ وَاتَّقُوا اللّٰهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُوْنَ

﴿١٣٢﴾ وَاتَّقُوا النَّارَ الَّتِيْۤ اُعِدَّتْ لِلْكَافِرِيْنَ ﴿١٣١﴾ وَاَطِيعُوا اللّٰهَ وَالرَّسُوْلَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُوْنَ ﴿١٣٠﴾

Artinya: *Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan.*

Allah melarang hamba-hamba-Nya yang beriman melakukan riba dan memakannya dengan berlipat ganda, sebagaimana yang mereka lakukan pada masa jahiliyah. Orang-orang jahiliyah berkata, “Jika utang sudah jatuh tempo, maka ada dua kemungkinan: dibayar atau dibungakan. Jika

dibayarkan, maka selesai urusannya. Jika tidak dibayar, maka dikenakan bunga yang kemudian ditambahkan kepada pinjaman pokok”. Maka pinjaman yang sedikit dapat bertambah besar berlipat-lipat (pinjaman ditambah bunga, lalu dibungakan lagi).<sup>4</sup>

Religiusitas seseorang terwujud dalam berbagai bentuk dan dimensi yaitu:

1. Seseorang boleh jadi menempuh religiusitas dalam bentuk penerimaan ajaran-ajaran agama yang bersangkutan tanpa perlu merasa bergabung dengan kelompok atau organisasi penganut agama tersebut.
2. Pada aspek tujuan, religiusitas yang dimiliki seseorang baik berupa pengamatan ajaran-ajaran maupun penggabungan diri ke dalam kelompok keagamaan adalah semata-mata karena kegunaan atau manfaat yang justru tujuannya lebih bersifat ekstrinsik yang akhirnya dapat ditarik kesimpulan ada empat aspek religiusitas yaitu aspek instrinsik dan aspek ekstrinsik, serta sosial intrinsik dan sosial ekstrinsik.

Aspek religiusitas menurut (Caroline, 1999: 20) terdiri dari 5 aspek, diantaranya:

---

<sup>4</sup> Muhammad Nasib Ar-rifa’l, *Kemudahan Dari Allah – Ringkasan Rafsyr Ibnu Katsir Jilid 1*, Gema Insani, diakses pada tanggal 16 Mei 2019

1. Aspek iman, yaitu menyangkut keyakinan dan hubungan manusia dengan tuhan, malaikat, para nabi dan sebagainya
2. Aspek islam, yaitu menyangkut intensitas pelaksanaan ibadah yang telah ditetapkan
3. Aspek ihsan, yaitu menyangkut pengalaman dan perasaan tentang kehadiran tuhan, takut berbuat dosa dan lain-lain
4. Aspek ilmu, yaitu menyangkut pengetahuan seseorang tentang ajaran-ajaran agama
5. Aspek amal, yaitu menyangkut tingkah laku dalam kehidupan bermasyarakat yang hubungannya antara manusia dengan manusia.<sup>5</sup>

#### 2.1.1.2 Dimensi Religiusitas

Menurut Glock dan Stark dalam (Ancok, 2008: 77-78) menyatakan bahwa religiusitas terdiri dari 5 dimensi yaitu :

1. Dimensi ideologi yaitu tingkatan sejauh mana seseorang menerima hal-hal yang dogmatik dalam agamanya
2. Dimensi ritual yaitu tingkatan sejauh mana seseorang mengerjakan kewajiban-kewajiban ritual dalam agamanya

---

<sup>5</sup>Carolyn C., *Hubungan Antara Religiusitas Dengan Tingkat Penalaran Moral Pada Pelajar Madrasah Mu'allimat Muhammadiyah Yogyakarta*, Yogyakarta: Fakultas Psikology UGM, 1999, hal. 20

3. Dimensi pengalaman yaitu perasaan atau pengalaman keagamaan yang pernah dialami atau dirasakan. Misalnya merasa dekat dengan tuhan, merasa takut berbuat dosa atau merasa doanya akan dikabulkan oleh tuhan
4. Dimensi konsekuensi yaitu dimensi yang mengukur sejauh mana perilaku seseorang dimotivasi oleh ajaran agamanya didalam kehidupan sosial. Misalnya apakah dia mengunjungi tetangganya yang sedang sakit, menolong orang yang kesulitan dan mendermakan hartanya
5. Dimensi intelektual yaitu dimensi yang mengukur seberapa jauh pengetahuan seseorang tentang ajaran agamanya, terutama yang ada dalam kitab suci.<sup>6</sup>

Sedangkan dalam konteks penelitian ini, peneliti mengukur tingkat religiusitas perbankan dilihat dari dimensi-dimensi yang telah di jelaskan oleh Fatmah adalah sebagai berikut :<sup>7</sup>

## 1. Keagamaan

---

<sup>6</sup>Djamaludin Ancok, Fuad Nashori, *Pshikologi Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1994, h. 79

<sup>7</sup>Fatmah, *Religiusitas Motive dan Economic Motive dalam Proses Pengambilan Keputusan*, Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surabaya, 2005 (<http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/balance>)

Bank syariah adalah bank yang beroperasi berdasarkan prinsip agama Islam. Sesuai dengan prinsip Islam yang melarang sistem bunga atau riba yang memberatkan, maka bank syariah beroperasi berdasarkan kemitraan pada semua aktivitas bisnis atas dasar kesetaraan dan keadilan.

## 2. Zakat

Salah satu sistem terpenting penyikapan terhadap harta agar tujuan syariah tercapai dalam menggerakkan ekonomi adalah sistem kewajiban membayar zakat. Ketentuan dan instrumen yang diterapkan Allah Swt. Pada semua aspek kehidupan manusia pada umumnya memiliki dua fungsi utama yang memberikan manfaat bagi individu dan kolektif. Demikian pula halnya dengan sistem zakat dalam ekonomi islam yang berfungsi sebagai alat ibadah bagi orang yang membayar zakat (muzakki) yang memberikan kemanfaatan individu dan berfungsi sebagai penggerak ekonomi bagi orang-orang di lingkungan yang menjalankan sistem zakat. QS. Al-Ibrahim Ayat: 31.

قُلْ لِعِبَادِيَ الَّذِينَ ءَامَنُوا يُقِيمُوا الصَّلَاةَ وَيُنْفِقُوا مِمَّا رَزَقْنَاهُمْ سِرًّا وَعَلَانِيَةً مِّن

قَبْلَ أَنْ يَأْتِيَ يَوْمٌ لَا بَيْعٌ فِيهِ وَلَا خِلَالٌ ﴿٦٠﴾

Artinya: *Katakanlah kepada hamba-hamba-Ku yang telah beriman: "Hendaklah mereka mendirikan shalat, menafkahkan sebahagian rezki yang Kami berikan kepada mereka secara sembunyi ataupun terang-terangan sebelum datang hari (kiamat) yang pada hari itu tidak ada jual beli dan persahabatan.*

Sistem kewajiban zakat tersebut memberikan kemanfaatan kolektif, antara lain :<sup>8</sup>

- a. Memenuhi kebutuhan masyarakat yang kekurangan
- b. Meperkecil jurang kesenjangan ekonomi
- c. Menekan jumlah permasalahan sosial
- d. Kriminalitas, pelacuran, gelandangan, pengemis
- e. Menjaga kemampuan beli masyarakat agar dapat memelihara sector usaha, atau dengan kata lain zakat menjaga konsumsi masyarakat pada tingkat yang minimal sehingga perekonomian dapat terus berjalan
- f. Mendorong masyarakat untuk berinvestasi, tidak menumpuk hartanya.

---

<sup>8</sup>Darsono, et al. *Perbankan Syariah Di Indonesia*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2016, h. 42-43

Dengan adanya mekanisme zakat, aktivitas ekonomi dalam kondisi terburuk sekalipun dipastikan akan dapat berjalan paling tidak pada tingkat yang minimal untuk memnuhi kebutuhan primer. Oleh karena itu, instrument zakat dapat digunakan sebagai perisai terakhir bagi perekonomian agar tidak terpuruk pada kondisi krisis di mana kemampuan konsumsi mengalami stagnasi.

### 3. Berbisnis yang halal

Prinsip etika dalam suatu bisnis yang wajib dilaksanakan oleh produsen muslim baik individu maupun komunitas adalah berpegang teguh pada semua yang diharamkan oleh Allah. Qs. Al-Baqarah ayat 168.

يَتَأْتِيهَا النَّاسُ كُلُّوْا مِمَّا فِي الْاَرْضِ حَلٰلًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوْا خُطُوٰتِ الشَّيْطٰنِ

اِنَّهٗ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِيْنٌ ﴿١٦٨﴾

Artinya: “*Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena Sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu*”

#### 4. Pelarangan riba

Dalam syariat islam, riba secara teknis berarti sesuatu (besar atau kecil), berupa uang atau non uang, yang ditambahkan dari pokok pinjaman yang harus dibayar oleh peminjam untuk memberi pinjaman bersama dengan pokok pinjaman sebagai syarat. Qs. Ar-Rum ayat 39.

وَمَا آتَيْتُم مِّن رِّبَا لِّيَرْبُوَ فِي أَمْوَالِ النَّاسِ فَلَا يَرْبُوا عِنْدَ اللَّهِ <sup>ط</sup> وَمَا آتَيْتُم مِّن زَكَاةٍ

تُرِيدُونَ وَجَهَ اللَّهُ فَأُولَئِكَ هُمُ الْمُضْعِفُونَ ﴿٣٩﴾

*Artinya: dan sesuatu Riba (tambahan) yang kamu berikan agar Dia bertambah pada harta manusia, Maka Riba itu tidak menambah pada sisi Allah. dan apa yang kamu berikan berupa zakat yang kamu maksudkan untuk mencapai keridhaan Allah, Maka (yang berbuat demikian) Itulah orang-orang yang melipat gandakan (pahalanya).*

Dari kesimpulan diatas menunjukkan bahwa untuk memikirkan bagaimana agar nasabah tetap loyal terhadap bank syariah adalah dengan cara memaksimalkan semua

faktor agama yang ternyata faktor ini memang sangat efektif untuk menarik nasabah bank syariah.

## **2.1.2 Kualitas Pelayanan**

### **2.1.2.1 Pengertian kualitas pelayanan**

Menurut Kotler (2008) pelayanan merupakan sesuatu yang tidak berwujud seperti tindakan yang ditawarkan oleh salah satu pihak kepada pihak lain dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan.

Menurut Valarie A. Zeithmal dan Mary Jo Binter dalam Lupiyadi dan Hamdani (2009:9) mendefinisikan pelayanan merupakan semua aktifitas ekonomi yang hasilnya bukan berbentuk produk fisik atau konstruksi, yang umumnya dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan serta memberikan nilai tambah.

Kualitas pelayanan adalah segala bentuk benda, jasa, organisasi, tempat, orang dan ide yang memiliki nilai di pasar sasaran yang kemampuannya memberikan manfaat dan kepuasan.<sup>9</sup> Pelayanan yang berkualitas tinggi merupakan salah satu kunci sukses suatu perusahaan oleh karenanya

---

<sup>9</sup>Abdullah Thamrin dan Tantri Francis, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Pers, 2012, h. 210

perusahaan di tuntut untuk memusatkan perhatian mereka terhadap pelanggan.

#### 2.1.2.2 Macam-macam Kualitas Pelayanan

##### 1. Kualitas Layanan Internal

Kualitas pelyanan internal berkaitan dengan interaksi jajaran pegawai organisasi/ perusahaan dengan berbagai fasilitas yang tersedia. Faktor yang mempengaruhi kualitas internal, antara lain:

- a. Pola manajemen umum organisasi/ perusahaan
- b. Penyediaan fasilitas pendukung
- c. Pengembangan sumberdaya manusia
- d. Iklim kerja dan keselarasan hubungan kerja
- e. Pola intensif

Jika faktor-faktor diatas dikembangkan, loyalitas dan integritas pada diri masing-masing pegawai akan mampu untuk mengembangkan pelayanan yang terbaik diantara mereka apalagi jika semua kegiatan dapat dilakukan secara terintegrasi dalam bentuk saling memfasilitasi, saling mendukung, sehingga hasil pekerjaan mereka secara total mampu menunjang kelancaran usaha.

##### 2. Kualitas Layanan Eksternal

Mengenai kualitas layanan eksternal, maka faktor-faktor yang mempengaruhinya adalah sebagai berikut:

a. Yang berkaitan dengan penyediaan jasa:

- 1) Pola layanan dan tata cara penyediaan / pembentukan jasa tertentu
- 2) Pola layanan distribusi jasa
- 3) Pola layanan penjualan jasa
- 4) Pola layanan dalam penyampaian jasa.

b. Yang berkaitan dengan penyediaan barang:

- 1) Pola layanan dengan pembuatan barang berkualitas atau penyediaan barang berkualitas
- 2) Pola layanan pendistribusian barang
- 3) Pola layanan penjualan barang
- 4) Pola layanan purna jual.

Menurut Hafidudin dan Tanjung (2003: 56) pelayanan dalam islam antara lain:

1. Shidiq yaitu benar dan jujur, dalam transaksi bisnis Islam sangat tidak diperbolehkan untuk berdusta, menipu, mengurangi takaran timbangan dan memperlmainkan kualitas karena akan menyebabkan kerugian

2. Kreatif, berani, dan percaya diri. Ketiga hal tersebut hanya dapat dilakukan oleh pelaku bisnis yang memiliki kepercayaan diri dan keberanian yang kuat. Dalam mencari peluang bisnis dibutuhkan wawasan, kemauan dan ketrampilan berinovasi agar mampu menciptakan peluang bisnis yang baru tanpa mengabaikan prinsip kekinian.
3. Amanah dan Fathonah. Dalam berbisnis syariah kedua hal tersebut dapat diartikan sebagai bentuk dari sikap bertanggung jawab, transparan, tepat waktu, manajer dan pemimpin yang cerdas, sadar produk dan jasa, secara terus menerus
4. Tabligh yaitu mampu berkomunikasi dengan baik, selain itu tabligh juga dapat diartikan sebagai sikap yang supel, cerdas, delegasi wewenang, kerja tim, cepat tanggap, koordinasi dan supervise.
5. Istiqomah yaitu secara konsisten mengimplementasikan nilai-nilai diatas walau mendapatkan godaan dan tantangan yang besar. Peluang-peluang yang menguntungkan akan selalu terbuka lebar hanya dengan syarat pelaku bisnis bisa konsisten dengan apa yang dipercayainya.

### 2.1.2.3 Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman terdapat lima dimensi pelayanan, diantaranya:<sup>10</sup>

1. Keandalan (*Reliability*) yaitu kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya. Dimensi ini menunjukkan kemampuan lembaga untuk memberikan pelayanan secara tepat, handal, dan bertanggung jawab sesuai dengan yang telah dijanjikan. Kualitas pelayanan ini terlihat dalam kinerja sehari-hari seperti ketepatan waktu dan kecepatan dalam melayani nasabah.
2. Ketanggapan (*Responsiveness*), tingkat kepekaan yang tinggi menjadi kunci utama dalam membantu dan memberikan pelayanan secara cepat dan tepat terhadap nasabah yang sedang memerlukan bantuan.
3. Berwujud (*Tangible*) yaitu kemampuan lembaga dalam mewujudkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Wujud dari sarana dan prasarana fisik lembaga yang dapat diandalkan oleh pihak eksternal sebagai bukti nyata pelayanan yang diberikan oleh lembaga. Dalam hal ini yang menjadi acuan tidak hanya bukti fisiknya saja seperti

---

<sup>10</sup>Rambat Lupiyadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat, 2009, h. 182

gedung, gudang dan lain-lain, akan tetapi semua perlengkapan, peralatan yang digunakan bahkan penampilan dari pegawainya juga bisa dijadikan sebagai acuan baik atau tidaknya pelayanan lembaga tersebut.<sup>11</sup>

4. Jaminan (*Assurance*), maksud dari jaminan ini adalah pengetahuan, kesopan santunan, rasa aman, rasa percaya, bebas dari bahaya dan resiko yang diberikan pegawai kepada nasabah sehingga akan menimbulkan rasa kepercayaan dan keyakinan.
5. Empati (*Empathy*), dalam hal ini pegawai di tuntut untuk memberikan perhatian yang tulus kepada nasabah dengan berupaya memahami keinginan nasabah secara spesifik juga menyesuaikan kondisi psikologis nasabah dengan memahami perasaan dan keadaan yang sedang dimiliki oleh nasabah.<sup>12</sup>

Bank syariah, di samping menghimpun dana dan menyalurkan dana kepada masyarakat, juga memberikan pelayanan jasa perbankan. Pelayanan jasa bank syariah ini

---

<sup>11</sup> Ratmino dan Atij Septi Winarsih, *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005, h. 5

<sup>12</sup> Freddy Rangkuti, *Measuring Customer Satisfaction: Gaining Customer Relationship Strategy Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan & Analisis Kasus PLN-JP*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2002, h. 18

diberikan dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat dalam menjalankan aktifitasnya. Pelayanan jasa kepada nasabah merupakan fungsi bank syariah yang ketiga. Berbagai jenis produk pelayanan jasa yang dapat diberikan oleh bank syariah antara lain jasa pengiriman uang (transfer), pemindahbukuan, penagihan surat berharga, kliring, *letter of credit*, inkaso, garansi bank, dan pelayanan jasa bank lainnya.

Aktivitas pelayanan jasa merupakan aktivitas yang diharapkan oleh bank syariah untuk dapat meningkatkan pendapatan bank yang berasal dari fee atas pelayanan jasa bank. Beberapa bank berusaha untuk meningkatkan teknologi informasi agar dapat memberikan pelayanan jasa yang memuaskan nasabah. Pelayanan yang dapat memuaskan nasabah adalah pelayanan jasa yang cepat dan akurat. Harapan nasabah dalam pelayanan jasa bank adalah kecepatan dan keakuratannya. Bank syariah berlomba-lomba untuk berinovasi dalam meningkatkan kualitas produk layanan jasanya.<sup>13</sup>

Pelayanan jasa bank merupakan produk jasa bank yang diberikan kepada nasabah untuk memenuhi kebutuhannya. Bank menawarkan produk jasa dengan tujuan

---

<sup>13</sup> Ismail, *Perbankan Syariah*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2015, h. 42-

untuk memberikan pelayanan kepada nasabah bank atau pihak lain yang memerlukannya. Dengan memberikan pelayanan jasa bank, maka bank akan memperoleh pendapatan. Pendapatan yang diperoleh bank yang berasal dari pendapatan atas produk jasa disebut dengan *fee based income*.

Semakin ketatnya persaingan antar bank, membuat bank berlomba-lomba untuk memberikan pelayanan jasa yang sangat baik. Pelayanan jasa bank akan menimbulkan dampak positif terhadap perkembangan usaha bank. Pelayanan jasa yang umum diberikan oleh bank syariah menggunakan berbagai jenis akad sesuai dengan karakteristik masing-masing jasa bank syariah.<sup>14</sup>

#### 2.1.2.4 mengukur Kualitas Pelayanan

Secara umum kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai metode (cara) penyediaan barang atau jasa yang dilakukan oleh individu, pemerintah atau swasta yang memuaskan kebutuhan pihak yang dilayani. Pihak yang dilayani bisa dalam pengertian warga Negara (*citizen*), konsumen (*customer or consumer*), pelanggan (*client*), ataupun pengguna (*user*).

---

<sup>14</sup>Ismail, *Perbankan Syariah...*, h. 199-200

Menentukan kualitas pelayanan bukanlah persoalan mudah karena hal ini berhubungan dengan dua dimensi kualitas. Pertama, kualitas pelayanan yang didasarkan pada mutu produk layanan yang bersifat konkrit (*search goods*). Kedua, kualitas produk yang didasarkan pada hubungan antara produk dengan pemakai. Dalam hal ini kualitas pelayanan sangat ditentukan oleh pengalaman pihak pengguna barang dan jasa layanan (*experience goods*). Kualitas pelayanan dalam dimensi ini sangat dipengaruhi oleh aspek marketing dan purchasing. Berdasarkan kedua dimensi kualitas pelayanan tersebut, maka tidak dapat dipungkiri bahwa penentuan kualitas pelayanan publik sangat ditentukan oleh faktor pengguna (*judgement*), kenyamanan (*hospitality*), dan kekhususan (*exception*).

Kualitas pelayanan disamping ditentukan oleh kualitas produk secara nyata dan hubungan antara produk dengan pemakai (*citizen / customer*), juga ditentukan oleh pihak penyedia barang atau jasa pelayanan (*producer / provider*). Bahkan dapat pula dikatakan bahwa perlu adanya hubungan yang seimbang antara *producer* dengan customer dalam menentukan kualitas pelayanan. Pelayanan dapat dikatakan

berkualitas apabila antara pihak producer dengan customer memiliki tolak ukur yang sama atau sama-sama memiliki kemudahan dalam hal menentukan kualitas. Sebaliknya apabila kedua belah pihak sama-sama mengalami tingkat kesulitan untuk menentukan kualitas pelayanan maka dapat dipastikan bahwa dalam hal ini belum terwujud kualitas pelayanan.<sup>15</sup>

#### 2.1.2.5 Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan

Meningkatkan Kualitas Pelayanan tidaklah mudah, karena banyak faktor yang perlu dipertimbangkan. Upaya tersebut juga berdampak luas, yaitu terhadap budaya organisasi secara keseluruhan. Faktor-faktor yang perlu diperhatikan adalah:<sup>16</sup>

##### 1. Mengidentifikasi Determinasi utama Kualitas Jasa

Setiap perusahaan jasa perlu berupaya memberikan kualitas pelayanan yang terbaik kepada pelanggannya. Oleh karena itu langkah pertama yang harus dilakukan adalah mengadakan riset untuk mengidentifikasi determinasi jasa yang paling penting bagi pasar sasaran.

---

<sup>15</sup>Didin Hafidudin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Pemasaran Syariah dalam Praktik*, Jakarta: Gema Insani Inpress, 2003, h. 63

<sup>16</sup>Danang Sunyoto, *Teori Kuesioner & Analisis Data Untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013, h. 45

Langkah berikutnya adalah memperkirakan penilaian yang diberikan pasar sasaran terhadap perusahaan dan pesaing berdasarkan determinasi-determinasi tersebut.

## 2. Mengelola Harapan Pelanggan

Tidak jarang suatu perusahaan berusaha melebihi-lebihkan pesan komunikasinya kepada pelanggan dengan maksud agar pelanggan semakin terpicu. Namun hal tersebut bisa menjadi bumerang bagi perusahaan, karena semakin banyak janji manis yang diberikan, maka semakin besar pula harapan pelanggan oleh perusahaan. Untuk itu jangan janjikan sesuatu yang nantinya tidak bisa diberikan oleh perusahaan.

## 3. Mengelola Bukti Kualitas Jasa

Pengelolaan bukti kualitas jasa bertujuan untuk memperkuat persepsi pelanggan selama dan sesudah jasa diberikan. Oleh karena itu jasa merupakan *kierja* dan tidak dapat dirasakan sebagaimana halnya barang, maka pelanggan cenderung memperhatikan fakta-fakta *tangibles* yang berkaitan dengan jasa sebagai bukti kualitas.

## 4. Harapan Pelanggan

Umumnya faktor yang menentukan harapan pelanggan meliputi kebutuhan pribadi, pengalaman masa lampau, rekomendasi dari mulut kemulut, dan iklan secara umum, pelanggan membandingkan jasa anggapan dengan jasa ang diharapkan. Jika jasa anggapan berada dibawah jasa yang diharapkan, maka pelanggan akan kecewa. Perusahaan yang berhasil menambahkan manfaat pada penawaran mereka sehingga pelanggan tidak hanya puas tetapi juga terkejut dan sangat puas pelanggan akan sangat puas bila mendapatkan pengalaman yang melebihi harapannya.

## 5. Pengukuran Mutu Jasa

Menurut Tjiptono, penilaian kualitas jas menggunakan model Servqual mencakup perhitungan perbedaan diantaranya nilai yang diberikan pelanggan untuk setiap pasang pernyataan bagi masing-masing pelanggan.<sup>17</sup>

### **2.1.3 Penerapan Nilai Islam**

#### 2.1.3.1 Pengertian nilai Islam

---

<sup>17</sup>Danang Sunyoto, Teori Kuesioner & Analisis Data..., h. 50

Nilai (*value*) berasal dari bahasa latin “*valare*” yang berarti berguna, berdaya dan berlaku. Nilai merupakan kualitas dari sesuatu yang membuat sesuatu yang disukai, diinginkan, dimanfaatkan, berguna atau dapat menjadi objek kepentingan.<sup>18</sup> Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, nilai berarti sifat-sifat yang penting dan berguna bagi kemanusiaan. Misalnya dalam konteks keagamaan, nilai merupakan konsep mengenai penghargaan tinggi yang diberikan oleh masyarakat kepada beberapa masalah pokok di kehidupan keagamaan yang bersifat suci sehingga menjadi pedoman tingkah laku keagamaan warga masyarakat bersangkutan.<sup>19</sup> Nilai-nilai Islam pada hakekatnya merupakan kumpulan dari prinsip-prinsip hidup, ajaran-ajaran tentang bagaimana manusia seharusnya menjalankan kehidupannya di dunia.<sup>20</sup>

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa nilai-nilai Islam adalah sifat-sifat dari ajaran Islam yang penting dan

---

<sup>18</sup> Lembaga Pengkajian Kebudayaan Nusantara, *Kamus Besar Ilmu Pengetahuan*, Jakarta: Colo Riwu, 2000, h. 721

<sup>19</sup> Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 1988, h. 615

<sup>20</sup> M. Musrin, *Sistem Nilai Dan Pandangan Hidup serta Relasinya Dengan Ilmu Pengetahuan*, Jakarta: Wardah, 2004, h. 64.

berguna bagi kemanusiaan. Nilai islam sebagai suatu falsafah hidup tidak hanya mengatur tata hubungan makhluk dengan khalik namun juga secara lengkap mendefinisikan dasar-dasar kegiatan yang berkaitan dengan aspek muamalah. Muamalah adalah tata hubungan antar manusia dengan manusia serta lingkungannya, termasuk kegiatan yang berkaitan dengan ekonomi, yang didalamnya antara lain meliputi keuangan dan perbankan.

Nilai-nilai Islam pada dasarnya bersumber dari Al-Qur'an dan al-hadits yang mencakup seluruh persoalan hidup dan kehidupan. Al-qur'an juga dijadikan sebagai pedoman dan petunjuk yang akan menemukan nilai-nilai sebagai penyelesaian berbagai problematika kehidupan yang pada saat diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari maka akan mendapatkan sebuah ketentraman hidup.

Nilai Islam yang berdasarkan pemikiran bahwa setiap kegiatan ekonomi memiliki dimensi ibadah yang dapat diimplementasi pada setiap level kegiatan. Dengan aqidah yang baik, setiap komponen dalam sistem akan memiliki visi kegiatan yang sama yaitu meningkatkan nilai-nilai kemanusiaan berdasarkan nilai-nilai ilahiah. Dengan dasar aqidah yang baik, setiap komponen dalam sistem diharapkan

akan dapat menghasilkan amalan yang baik yang mencerminkan suatu akhlak yang mulia.

### 2.1.3.2 Prinsip nilai-nilai Islam

Prinsip syariah adalah aturan perjanjian berdasarkan hukum islam antara bank dengan pihak lain untuk penyimpanan dana dan kegiatan pembiayaan usaha, atau kegiatan lainnya yang sesuai dengan syariah.

Syariah islam merupakan syariah yang dibawa oleh rasul terakhir dan mempunyai keunikan tersendiri. Syariah ini bukan saja menyeluruh atau komprehensif, tetapi juga universal. Karakter istimewa ini diperlukan sebab tidak akan ada syariah lain yang datang untuk menyempurnakannya. Komprehensif berarti syariah islam merangkum seluruh aspek kehidupan, baik ritual (ibadah) maupun sosial (muamalah). Ibadah diperlukan untuk menjaga ketaatan dan keharmonisan hubungan manusia dengan Khaliq-Nya. Ibadah juga merupakan sarana untuk mengingatkan secara kontinu tugas manusia sebagai khalifah-Nya dimuka bumi ini. Adapun

muamalah diturunkan untuk menjadi *rules of the game* atau aturan main manusia dalam kehidupan sosial.<sup>21</sup>

Mengingat pentingnya lembaga keuangan syariah maka perlu dibentuknya satu dewan syariah yang bersifat nasional dan membawahi seluruh lembaga keuangan, termasuk didalamnya bank-bank syariah. Lembaga ini kemudian dikenal dengan Dewan Syariah Nasional atau DSN.

Fungsi utama Dewan Syariah Nasional adalah mengawasi produk-produk lembaga keuangan syariah agar sesuai dengan syariah islam. Dewan ini bukan hanya mengawasi bank syariah, tetapi juga lembaga-lembaga lain seperti asuransi, reksadana, modal ventura, dan sebagainya. Untuk keperluan pengawasan tersebut, Dewan Syariah Nasional membuat garis panduan produk syariah. Yang diambil dari sumber-sumber hukum islam. Garis panduan ini menjadi dasar pengawasan bagi Dewan Pengawas Syariah pada lembaga-lembaga keuangan syariah dan menjadi dasar pengembangan produk-produk.<sup>22</sup>

Peran Dewan Pengawas Syariah adalah mengawasi jalannya operasional bank sehari-hari agar selalu sesuai

---

<sup>21</sup> Syafi'I Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani, 2001, h. 4

<sup>22</sup> Syari'I Antonio, *Bank Syariah...*, h.32

dengan ketentuan-ketentuan syariah. DPS harus membuat laporan berkala bahwa bank yang diawasinya telah berjalan sesuai dengan ketentuan syariah atau tidak. Tugas lain dari DPS adalah meneliti serta membuat rekomendasi inovasi produk dari bank yang diawasinya. Dengan demikian DPS bertindak sebagai penyaring pertama sebelum produk difatwakan oleh Dewan Syariah Nasional.<sup>23</sup>

### 2.1.3.3 pembagian Nilai-nilai Islam

Fathurrahman membagi nilai-nilai Islam dalam konteks perbankan syariah yang setiap produknya didasarkan pada huku perjanjian Islam, yaitu: *al-hurriyah* (kebebasan), *al-musawah* (persamaan atau kesetaraan), *al-adalah* (keadilan), *ar-ridha* (kerelaan), *as-shidiq* (kejujuran), *al-kitabah* (tertulis).<sup>24</sup>

#### 1. *Al-hurriyah* (kebebasan)

Kebebasan merupakan prinsip dasar dalam hukum perjanjian Islam, karena para pihak bebas membuat perjanjian atau akad. Bebas dalam

---

<sup>23</sup> Muhammad, *Lembaga Ekonomi Syariah*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007, h. 13-19

<sup>24</sup>Fathurrahman Djamil, et al, *Hukum Perjanjian Syariah dalam Kompliasi Hukum Perikatan*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2001, h. 249

menentukan objek perjanjian dan bebas menentukan dengan siapa ia akan membuat perjanjian, serta bebas menentukan bagaimana cara menentukan penyelesaian sengketa jika terjadi di kemudian hari. Dalam membuat perjanjian tidak boleh ada unsur paksaan, kekhilafan dan penipuan.

لَا إِكْرَاهَ فِي الدِّينِ قَدْ تَبَيَّنَ الرُّشْدُ مِنَ الْغَيِّ ..... ﴿٢٥٦﴾

Artinya: “tidak ada paksaan untuk (memasuki) agama (Islam); Sesungguhnya telah jelas jalan yang benar daripada jalan yang sesat.....” (QS. Al-Baqarah: 256)

## 2. *Al-musawah* (persamaan)

*Al-musawah* (persamaan) merupakan asas atau nilai-nilai yang mengatur bahwa para pihak mempunyai kedudukan yang sama, sehingga dalam menentukan *term and condition* dari suatu perjanjian setiap pihak mempunyai kedudukan yang sama/seimbang.

يَتَأَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا  
 إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَنُكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ ﴿١٣﴾

Artinya: *“Hai manusia, Sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa - bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling taqwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah Maha mengetahui lagi Maha Mengenal”*. (QS. AL-Hujurat: 13).

### 3. *Al-adalah* (keadilan)

Keadilian merupakan asas atau nilai-nilai yang mengatur bahwa dalam suatu perjanjian menuntut setiap pihak harus melakukan kebenaran dalam pengungkapan kehendak, keadaan dan memenuhi semua kewajibannya. Perjanjian harus senantiasa mendatangkan keuntungan yang adil dan seimbang serta tidak boleh mendatangkan kerugian bagi salah satu pihak. Dalam sisi ekonomi, keadilan dapat juga dipahami sebagai konsep persaudaraan dan perlakuan yang sama bagi setiap individu dalam

masyarakat dan di hadapan hukum harus diimbangi dengan keadilan ekonomi.<sup>25</sup>

وَأَقِيمُوا الْوَزْنَ بِالْقِسْطِ وَلَا تُخْسِرُوا الْمِيزَانَ ﴿٩﴾

Artinya: “*dan Tegakkanlah timbangan itu dengan adil dan janganlah kamu mengurangi neraca itu*” (QS. Ar-Rahman: 9)

#### 4. Kerelaan

Kerelaan merupakan asas atau nilai-nilai Yang menyatakan bahwa, segala transaksi yang dilakukan harus atas dasar kerelaan antara masing-masing pihak dan tidak boleh ada unsure paksaan, tekanan dan penipuan

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ

رَحِيمًا ﴿١١﴾

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang*

---

<sup>25</sup>Ahmad Ifham Sholihin, *Buku Pintar Ekonomi Syariah*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2010, h. 396.

*Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”*(QS. An-Nisa: 29)

5. *As-shidiq* (kejujuran)

Kejujuran merupakan asas atau nilai-nilai yang mengatru bahwa dalam perjanjian, setiap pihak harus berlaku jujur, karena dalam Islam setiap mansia dilarang melakukan kebohongan dan penipuan karena akan mempengaruhi keabsahan perjanjian. Perjanjian yang didalamnya terdapat kebohongan boleh dihentikan oleh pihak yang merasa dirugikan.

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اتَّقُوا اللّٰهَ وَقُولُوْا قَوْلًا سَدِيْدًا ﴿٧٠﴾

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan Katakanlah Perkataan yang benar*”. (QS. Al-Ahzab: 70)

6. *Al-kitabah* (tertulis)

Tertulis merupakan asas atau nilai-nilai yang mengatur bahwa setiap perjanjian hendaknya dibuat secara tertulis guna pembuktian dikemudian hari.

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدِينٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى فَاكْتُبُوهُ ؕ وَلْيَكْتُبَ  
بَيْنَكُمْ

كَاتِبٌ بِالْعَدْلِ ..... 

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya. dan hendaklah seorang penulis di antara kamu menuliskannya dengan benar”(QS. Al-Baqarah: 282)

#### 2.1.3.4 Penerapan nilai Islam Dalam Perbankan Syariah

Dalam konteks perbankan syariah, setiap produknya didasarkan pada hukum perjanjian Islam di samping harus selalu memperhatikan prinsip-prinsip perjanjian jual beli, sewa menyewa, bagi hasil, titipan dan jasa, juga harus berpedoman pada hukum positif berupa Peraturan Bank Indonesia No. 9/19/PBI/2007 tentang Pelaksanaan Prinsip Syariah Dalam Kegiatan Penghimpunan dan Penyaluran Dana serta Pelayanan Jasa Bank Syariah, sebagaimana yang telah diubah dengan Peraturan Bank Indonesia No. 10/16/PBI/2007. Melalui peraturan yang dikeluarkan oleh

Bank Indonesia itulah, nilai-nilai Islam diaplikasikan atau diterapkan dalam praktik perbankan syariah.

Penerapan nilai-nilai Islam dalam perbankan syariah dapat dilihat pada saat bank syariah melakukan transaksi keuangan dengan nasabahnya. Pada saat bank syariah melakukan transaksi keuangan dengan nasabahnya, maka keduanya akan membuat suatu perjanjian atau akad yang bertujuan untuk mengikat antara kedua pihak tentang perbuatan yang akan dilakukan dalam suatu hal tertentu. Perbankan syariah sebagai lembaga intermediasi keuangan dengan kegiatan utamanya menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kembali dalam bentuk pembiayaan senantiasa mendasarkan pada perjanjian (kontrak). Hukum perjanjian Islam yang rukun dan syaratnya telah diatur dalam Al-Qur'an, hadits, ijma' dan qiyas menjadi relevan dan penting dalam operasional perbankan syariah.

Dalam membuat akad muamalah antar bank syariah dan nasabahnya ada beberapa syarat yang harus diperhatikan oleh para pihak agar akad muamalah tersebut

sah dan tidak batal demi hukum sesuai dengan prinsip-prinsip syariah dan terkandung nilai-nilai yang Islami, yaitu:<sup>26</sup>

1. Adanya ijab dan qabul

Unsur-unsur pokok atau ketentuan-ketentuan dasar bagi berlakunya atau sahnya suatu akad tidak berbeda dengan perjanjian sebagaimana yang diatur dalam perjanjian menurut *civil law system*, bagi Indonesia adalah KUHPerdota dan menurut hukum kontrak pada *common law system*.<sup>27</sup>

Menurut *common law*, suatu kontrak terjadi apabila didahului dengan adanya offer (penawaran) yang diajukan oleh salah satu pihak yang menginginkan mengadakan perjanjian dengan pihak lain. Dalam hukum Islam, offer disebut dengan ijab. Suatu kontrak hanya terjadi apabila offer yang diajukan oleh satu pihak disambut baik atau disetujui oleh pihak yang lain, yang disebut acceptance (penerimaan) terhadap offer tersebut. Dalam hukum Islam, penerimaan disebut

---

<sup>26</sup>Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Syariah, Produk-produk dan Aspek-aspek Hukumnya*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2014, h. 127.

<sup>27</sup>Kamal Khir, Lokesh Gupta dan Shanmugam, *Bala Islamic Banking a Practical Perspective*, (Pearson Logman, 2008), h. 42.

qabul. Adanya ijab qabul dalam suatu transaksi keuangan antara bank syariah dengan nasabahnya menunjukkan bahwa nilai-nilai Islam al-ridha (kerelaan) dan al-hurriyah (kebebasan) telah diterapkan dalam transaksi tersebut. Para pihak yang melakukan perjanjian/kontrak yaitu bank syariah dan nasabah bebas melakukan perjanjian atas dasar kerelaan atas masing-masing pihak.

## 2. Kehalalan isi akad

Sesuai dengan ketentuan Pasal 2 ayat 3 Peraturan Bank Indonesia No. 10/16/PBI/2008 menjelaskan bahwa, pemenuhan prinsip syariah dalam kegiatan penghimpunan dan penyaluran dana serta jasa pelayanan bank syariah dilaksanakan dengan memenuhi ketentuan pokok hukum Islam, antara lain prinsip keadilan dan keseimbangan ('adl wa tawazum), kemaslahatan (maslahah), universalisme (alamiyah), serta tidak mengandung gharar, maysir, riba, zhalim dan objek haram.<sup>28</sup>

## 3. Kebatalan demi hukum akad muamalah

---

<sup>28</sup>Pasal 2 ayat 3 Peraturan Bank Indonesia No. 10/16/PBI/2008 tentang, Pemenuhan Prinsip Syariah Dalam Kegiatan Penghimpunan dan Penyaluran Dana serta Jasa Pelayanan Bank Syariah Dilaksanakan Dengan Memenuhi Ketentuan Pokok Hukum Islam.

Dalam Pasal 1 ayat 8 Peraturan Bank Indonesia No. 10/16/PBI/2008 menerangkan bahwa, bentuk-bentuk pembiayaan perbankan syariah yaitu:<sup>29</sup>

1. Transaksi bagi hasil dalam bentuk mudharabah dan musyarakah.
2. Transaksi sewa-menyewa dalam bentuk ijarah atau sewa beli dalam bentuk ijarah muntahiya bittamlik.
3. Transaksi jual-beli dalam bentuk piutang murabahah, salam dan istishna'.
4. Transaksi pinjam-meminjam dalam bentuk piutang qardh.
5. Transaksi sewa-menyewa jasa dalam bentuk ijarah untuk transaksi multi jasa.

Dari Peraturan Bank Indonesia tersebut, akad dalam hubungan-hubungan muamalah dalam bentuk apapun tidak boleh mengandung syarat atau ketentuan yang tidak sesuai dengan sifat bentuk hubungan muamalah yang bersangkutan. Misalnya, apabila bentuk hubungan muamalah tersebut berupa hubungan mudharabah, maka menurut prinsip syariah tidak dibenarkan investor atau pemilik modal (shahibul

---

<sup>29</sup>Pasal 1 ayat 8 Peraturan Bank Indonesia No. 10/16/PBI/2008 tentang Bentuk-bentuk Pembiayaan Perbankan Syariah.

mal) ikut mengelola proyek yang dibiayai dengan fasilitas mudharabah. Hanya mudharib yang boleh mengelola proyek tersebut. Apabila dalam akad mudharabah yang diperjanjikan investor atau pemilik modal (shahibul mal) ikut mengelolaproyek, maka akad mudharabah tersebut tidak sah dan akibatnya batal demi hukum.

#### 4. Sifat hubungan para pihak

Dalam setiap transaksi keuangannya, bank syariah harus mendasarkan sikap akhlaqul karimah dalam hubungannya dengan nasabah ataupun sebaliknya nasabah kepada bank. Hubungan antara bank dengan nasabah harus didasarkan pada akhlak yang didasarkan kepada budi pekerti yang luhur. Dari hubungan tersebut telah dapat dipastikan bahwa nilai-nilai ash-shidq (kebenaran dan kejujuran) telah diterapkan dalam praktik perbankan syariah.

#### 5. Syarat kecakapan para pihak

Para pihak yang berakad (al-muta'qidain/al-'aqidain) harus sama-sama mempunyai kecakapan melakukan tindakan hukum dalam artian sudah dewasa dan sehat akalnya. Demikian juga halnya dengan

transaksi keuangan antara bank syariah dengan nasabahnya harus memiliki persamaan atau kesetaraan dalam memahami akad/perjanjian/kontrak yang akan dibuat.

#### 6. Kesepakatan para pihak

Perjanjian di antara para pihak (bank syariah dan nasabah) harus berdasarkan suka sama suka (kesepakatan). Selain para pihak (bank syariah dan nasabah) harus suka sama suka dalam menjalin hubungan di antara mereka, hubungan antara bank sebagai pemberi jasa keuangan dengan nasabahnya juga harus berlandaskan keadilan, kepatutan dan keterbukaan (segala sesuatunya harus diperjanjikan pada awal sebelum akad ditandatangani kedua belah pihak). Dengan terpenuhinya kesepakatan pihak (bank syariah dan nasabah), maka telah terpenuhi pula nilai-nilai al-‘adalah (keadilan), ash-shidq (kebenaran dan kejujuran), al-ridha (kerelaan), dan al-kitabah (tertulis).

#### 7. Asas pacta sunt servanda

Para pihak (bank syariah dan nasabah) harus melaksanakan akad-akad yang telah dibuat (asaspacta sunt servanda). Asas pacta sunt servanda sejalan

dengan asas perjanjian yang ditentukan dalam Pasal 1338 KUHPerdara yang menentukan, “Semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya.”Asas pacta sunt servanda memberikan konsekuensi bahwa para pihak (bank syariah dan nasabah) harus mematuhi atau memenuhi perjanjian yang telah dibuat oleh kedua belah pihak. Apabila salah satu pihak mengingkari isi perjanjian tersebut, maka pihak yang lain dapat meminta kepada pengadilan untuk memaksa pihak yang ingkar tersebut untuk melaksanakan perjanjian tersebut.

Dari pelaksanaan asas pacta sunt servanda maka bank syariah maupun nasabah telah menjalankan nilai-nilai al-musawah (persamaan atau kesetaraan) dimana kedua pihak memiliki kedudukan yang sama dalam menjalankan perjanjian/kontrak yang telah dibuat, nilai-nilai al-‘adalah (keadilan) dimana perjanjian/kontrak yang telah dibuat adil bagi kedua belah pihak dan apabila salah satu pihak ingkar maka akan dikenakan sanksi, dan nilai-nilai al-kitabah (tertulis)

dimana perjanjian/kontrak dibuat tertulis dan mengikat kedua belah pihak.

#### 8. Beban risiko dalam hubungan muamalah

Dalam akad muamalah yang mengambil bentuk hubungan kemitraan, seperti mudharabah atau musyarakah, semua pihak memikul risiko. Tidak ada satu pihak pun yang tidak dibebani kewajiban untuk memikul risiko dalam kemitraan menurut prinsip syariah. Kewajiban kedua belah pihak untuk memikul risiko dalam kemitraan menurut prinsip syariah tersebut menunjukkan bahwa nilai-nilai al-musawah (persamaan atau kesetaraan) dan nilai-nilai al-'adalah (keadilan) telah diterapkan dalam praktik perbankan syariah.

#### 9. Keuntungan bank

Bank syariah memperoleh keuntungan dari membebankan mark up atau margin atas barang yang dijual kepada nasabahnya dalam transaksi jual-beli, misalnya dalam transaksi murabahah atau salam. Mark up atau margin adalah penambahan harga di atas harga

beli bank (cost price) dari pemasok. Selain dari mark up atau margin, bank syariah juga memperoleh keuntungan dari pembebanan fee kepada nasabah atas jasa yang diberikan bank kepada nasabah.<sup>30</sup> Pembebanan mark up (margin) atau fee kepada nasabah tentunya harus berdasarkan kesepakatan yang telah dibuat kedua belah pihak. Proses pembebanan mark up (margin) atau fee kepada nasabah menunjukkan bahwa, bank syariah sudah menerapkan nilai-nilai al-ridha (kerelaan), al-'adalah (keadilan) dan al-kitabah (tertulis).

#### 10. Itikad baik para pihak

Perjanjian/akad antara bank syariah dengan nasabah harus dilaksanakan dengan itikad baik. Itikad baik dari kedua belah pihak yaitu bank syariah dan nasabah menggambarkan penerapan nilai-nilai ash-shidq (kebenaran dan kejujuran) dalam transaksi keuangan perbankan syariah.

#### 11. Objek perjanjian

Menurut (Umam, 2016) menjelaskan bahwa syarat objek akad/perjanjian antara lain, telah ada pada waktu

---

<sup>30</sup>Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Syariah...*, h. 137

akad diadakan, dapat menerima hukum akad, dapat ditentukan dan diketahui serta dapat diserahkan pada waktu akad terjadi.<sup>31</sup> Syarat objek akad/perjanjian harus mengandung nilai-nilai ash-shidq (kebenaran dan kejujuran) yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

## 12. Waktu pembayaran

Dalam setiap akad/perjanjian antara bank syariah dan nasabahnya, pihak yang berkewajiban melakukan pembayaran dilarang untuk menunda-nunda pembayaran apabila mereka memang mereka mampu untuk melakukan pembayaran tersebut. Dari waktu pembayaran tersebut, nilai-nilai al-ridha (kerelaan) dan al-kitabah (tertulis) menjadi satu bagian penting di dalam proses tersebut.

## 13. Dewan Syariah (Supervisory Board)

Sesuai dengan Undang-Undang No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, dikatakan bahwa prinsip syariah difatwakan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan fatwa tersebut dituangkan dalam Peraturan Bank Indonesia. Di dalam pelaksanaannya, fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) tentang

---

<sup>31</sup>Khotibul Umam, *Perbankan Syariah: Dasar-dasar Dan Dinamika Perkembangannya Di Indonesia*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2016, h. 50

perbankan syariah dikeluarkan oleh Dewan Syariah Nasional (DSN). Sehingga apabila prinsip syariah belum tertuang dalam fatwa DSNMUI dan Peraturan Bank Indonesia, maka fatwa tersebut belum mengikat sebagai undang-undang yang bersifat publik (mengikat publik). Jadi, Dewan Syariah Nasional (DSN) berperan penting dalam penerapan prinsip-prinsip syariah dan nilai-nilai Islam.

## **2.1.4 Loyalitas Nasabah**

### **2.1.4.1 Pengertian Loyalitas Nasabah**

Definisi loyalitas menurut Oliver yang diterjemahkan oleh Ratih Hurriyati mengemukakan definisi loyalitas pelanggan adalah Komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk atau jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasidan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.<sup>32</sup>

Menurut Griffin yang diterjemahkan oleh Ratih Hurriyati menyatakan bahwa loyalitas lebih mengacu pada wujud perilaku dan unit-unit pengambilan keputusan untuk

---

<sup>32</sup>Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Bandung: Alfabeta, 2010, h. 129.

melakukan pembelian secara terus menerus terhadap barang atau jasa suatu perusahaan.<sup>33</sup>

Ahmad Subagyo berpendapat bahwa loyalitas nasabah merupakan pembelian ulang sebuah merek secara konsisten oleh nasabah.<sup>34</sup> Menurut Hasan dalam banyak literature mengemukakan definisi loyalitas sebagai berikut:

1. Sebagai konsep generik, loyalitas merek menjadi kecenderungan konsumen untuk membeli sebuah merek tertentu dengan tingkat konsisten yang tinggi
2. Sebagai konsep perilaku, pembelian secara terus menerus seringkali dihubungkan dengan loyalitas merek.
3. Pembelian ulang merupakan hasil dominan perusahaan (a) berhasil membuat produknya menjadi satu-satunya alternative yang tersedia, (b) terus-menerus melakukan promosi untuk memikat dan merayu nasabah supaya kembali membeli merek yang sama.<sup>35</sup>

Kotler menyatakan bahwa konsumen yang loyal tidak diukur dari beberapa banyak dia membeli tapi dari seberapa sering dia melakukan pembelian ulang, juga

---

<sup>33</sup> *Ibid*

<sup>34</sup> Ahmad Subagyo, *Marketing in Business studi Kasus UMK & LKM*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2010, hal. 13

<sup>35</sup> Ali Hasan, *Marketing*, Yogyakarta: MedPressindo, 2008, h. 81

merekomendasikan kepada orang lain untuk ikut serta membelinya.<sup>36</sup>

Perusahaan akan memperoleh keuntungan jika memiliki pelanggan yang loyal, menurut Griffin yang diterjemahkan oleh Nirwana sebagai berikut:

- a. Dapat mengurangi biaya pemasaran, karena untuk menarik nasabah yang baru biayanya lebih mahal
- b. Dapat mengurangi biaya transaksi. Seperti biaya negosiasi kontrak, pemrosesan pesanan, dll.
- c. Dapat mengurangi biaya *turn over* pelanggan, karena pergantian pelanggan yang lebih sedikit
- d. Dapat meningkatkan penjualan silang yang akan memperbesar pangsa pasar pelanggan
- e. Mendorong *word of mouth* yang lebih positif, dengan asumsi bahwa pelanggan yang loyal berarti mereka yang merasa puas
- f. Mengurangi biaya kegagalan. Seperti biaya pergantian, dll.<sup>37</sup>

#### 2.1.4.2 Karakteristik Loyalitas Pelanggan

---

<sup>36</sup> Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Indeks, 2008, h. 560

<sup>37</sup> Nirwana, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jasa*, Malang: DIOMA, 2004, h.

Pelanggan yang loyal merupakan aset penting bagi perusahaan, hal ini dapat dilihat dari karakteristik yang dimilikinya sebagaimana yang diungkapkan oleh Ratih Hurriyati yang dikutip dari Griffin, pelanggan yang loyal memiliki karakteristik sebagai berikut:<sup>38</sup>

- a. Melakukan pembelian secara teratur (pelanggan membeli kembali produk yang sama yang ditawarkan oleh perusahaan)
- b. Membeli diluar lini produk/ jasa (pelanggan membeli antar lini produk/jasa yang ditawarkan oleh perusahaan)
- c. Merekomendasikan produk lain (pelanggan melakukan komunikasi dari mulut ke mulut berkenaan dengan produk tersebut kepada orang lain)
- d. Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing (pelanggan tidak akan tertarik terhadap tawaran produk sejenis yang dihasilkan oleh pesaing)

#### 2.1.4.3 Tahapan Loyalitas

---

<sup>38</sup>Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen...*, h. 130.

Menurut Hill yang diterjemahkan oleh Ratih Hurriyati menjelaskan tahapan loyalitas terbagi menjadi enam tahapan diantaranya sebagai berikut:<sup>39</sup>

1. *Suspect* meliputi semua orang yang diyakini akan membeli (membutuhkan) barang atau jasa, tetapi belum memiliki informasi tentang barang atau jasa perusahaan.
2. *Prospect* adalah orang-orang yang memiliki kebutuhan akan jasa tertentu, dan mempunyai kemampuan untuk membelinya. Pada tahap ini, meskipun mereka belum melakukan pembelian tetapi telah mengetahui keberadaan perusahaan dan jasa yang ditawarkan melalui rekomendasi pihak lain (*word of mouth*).
3. *Customer* pada tahap ini pelanggan sudah melakukan hubungan transaksi dengan perusahaan, tetap tidak mempunyai perasaan positif terhadap perusahaan loyalitas pada tahap ini belum terlihat.
4. *Clients* meliputi semua pelanggan yang telah membeli barang atau jasa yang dibutuhkan dan ditawarkan perusahaan secara teratur, hubungan ini berlangsung lama, dan mereka telah memiliki sifat retention

---

<sup>39</sup>Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen...*, h. 132

5. *Advocates* pada tahap ini, clients secara aktif mendukung perusahaan dengan memberikan rekomendasi kepada orang lain agar mau membeli barang atau jasa perusahaan tersebut.
6. *Partners* pada tahap terakhir ini telah terjadi hubungan yang kuat dan saling menguntungkan antara perusahaan dengan pelanggan, pada tahap ini pula pelanggan berani menolak produk atau jasa dari perusahaan lain.

#### 2.1.4.4 Tingkatan Pelanggan menuju Loyalitas

Tingkatan pelanggan menuju loyalitas menurut Syaifuddin Chan dalam Ratih Hurriyati dibagi menjadi empat, diantaranya:

1. Emas (*Gold*) merupakan kelompok yang memberikan keuntungan terbesar kepada perusahaan. Biasanya kelompok ini adalah *Heavy user* yang selalu membeli dalam jumlah besar dan frekuensi pemebelannya tinggi. Mereka tidak sensitive terhadap harga, tidak segan mengeluarkan uang untuk sesuatu yang hanya bisa dinikmati pada masa yang akan datang, mau mencoba sesuatu yang baru yang ditawarkan oleh perusahaan, dan yang paling penting memiliki komitmen untuk tidak

berpaling kepada pesaing. Ciri- ciri lain dari pelanggan emas ini adalah:

- a. Mereka masih memiliki potensi untuk terus memperbesar sumbangan profitnta bagi perusahaan.
  - b. Mereka termasuk orang yang mapan, dan cenderung tidak punya masalah dengan keuangannya.
  - c. Mereka cukup pintar, dan sadar bahwa berpindah kepesaing akan membawa resiko bagi kelangsungan suplai produk atau jasa, maupun kenyamanan yang telah didapatkan selama ini.
2. Perak (*Silver*) kelompok ini masih memberikan keuntungan yang besar walaupun posisinya masih di bawah. Mereka mulai memperhatikan tawaran potongan harga hal ini dikarenakan mereka cenderung sensitive terhadap harga mereka pun tidak seloyal *gold*. Walaupun mereka sebenarnya *heavyuser*, tetapi pemenuhan kebutuhannya diperoleh dari berbagai perusahaan, tergantung penawaran yang lebih baik.
  3. Perunggu (*Bronze*) kelompok ini palig besar jumlahnya. Mereka adalah kelompok yang *spendinglevel*-nya relatif rendah. Driver terkuatnya untuk bertransaksi semata-mata di dorong oleh potongan harga besar, sehingga

mereka juga dikenal sebagai kelompok pemburu diskon. Dengan demikian, margin yang diterima perusahaan juga relatif kecil. Akibatnya, perusahaan tidak berfikir untuk memberikan pelayanan premium kepada mereka. Terlepas dari *average spending level* yang rendah, kelompok ini masih dibutuhkan oleh perusahaan untuk menggenapkan pemenuhan target penjualan tahunan.

4. Besi (*Iron*) adalah kelompok pelanggan yang bukannya menghasilkan keuntungan justru membebani perusahaan, tipe pelanggan seperti ini memiliki kecenderungan untuk meminta perhatian lebih besar dan cenderung bermasalah, membuat perusahaan berfikir lebih baik menyingkirkan mereka dari daftar pelanggan. Ciri-ciri lain dari pelanggan ini adalah sebagai berikut:
  - a. potensi profit yang akan didapatkan dari kelompok pelanggan ini sangat kecil, dan bahkan tidak sama sekali.
  - b. Mereka memiliki kemungkinan berjuang untuk mengatur pengeluarannya.
  - c. Mereka tidak berfikir jangka panjang. Transaksi yang dilakukan hanya berdasarkan kebutuhan hari ini dan

selalu membanding-bandingkan perusahaan pesaing untuk mencari harga yang paling murah.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1  
Hasil Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Peneliti	Variabel	Hasil
1	Analisis Pengaruh Religiusitas, Kelompok Referensi dan Motivasi Terhadap Keputusan Menabung di Bank Syariah (Studi Pada Nasabah Bank Syariah di kota Banjarmasin ) (Jurnal Wawasan Manajemen	Wahyu Utami, Marijati Sengen, dan Yudi Rachman	2015	Secara simultan dan parsial terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara faktor religiusitas, kelompok referensi, dan motivasi terhadap keputusan menabung di bank syariah

	vol.3 No.1, Tahun 2015			
2	Pengaruh kualitas pelayanan dan religiusitas terhadap kepuasan nasabah serta dampaknya pada loyalitas nasabah studi kasus Bank Syariah Mandiri	Pramonosidi Wijarnoko	2016	Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, Religiusitas tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, kualitas pelayanan berpengaruh langsung terhadap loyalitas nasabah, religiusitas berpengaruh langsung terhadap loyalitas nasabah, kepuasan

				nasabah berpengaruh langsung terhadap loyalitas nasabah dan Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah.
3	Pengaruh Religiusitas, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Pembantu Magelang	Nidaul Chusnah	2016	secara uji individual (uji Ttest) religiusitas tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Sedangkan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan

				<p>terhadap loyalitas, dan kepuasan nasabah juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Berdasarkan uji statistik menghasilkan bahwa religiusitas, kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah secara bersama-sama (simultan atau Ftest) memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas nasabah.</p>
4	Penerapan Nilai-Nilai Islam Pada Bank Syariah Dan	Munawaroh	2016	Berdasarkan analisis data menggunakan uji regresi linier

	Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Medan)			berganda menunjukkan bahwa secara simultan variabel Kebebasan, Keadilan, Kejujuran, Kerelaan dan Tertulis berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah yang dilihat dari taraf kepercayaan 95%. Hal ini dilihat dari F hitung $38,79379 > F$ tabel 2,31
5	Nilai-nilai Islam pada Budaya Organisasi Bank Syariah Mandiri Pusat	Andi Hastono	2009	hasil penelitiannya menunjukkan bahwa, Bank Syariah Mandiri hadir sebagai bank yang mengkombinasikan

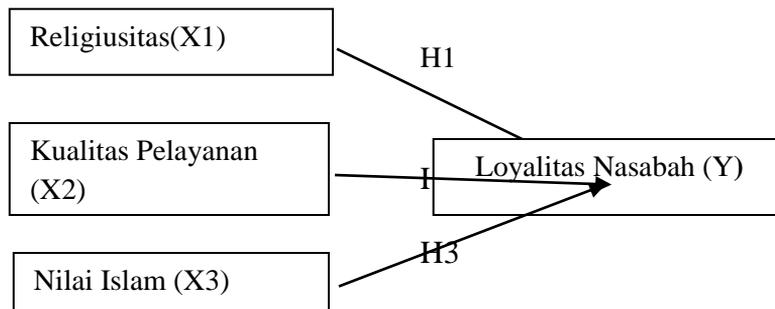
				<p>idealisme usaha dengan nilai-nilai Islam yang melandasi operasionalnya.</p> <p>Harmonisasi antara idealisme usaha dengan nilai-nilai Islam yang menjadikan Bank Syariah Mandiri sebagai alternatif jasa perbankan syariah unggulan di Indonesia</p>
--	--	--	--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Berdasarkan telaah pustaka diatas yang membedakan penelitian ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya adalah dalam penelitian ini selain menggunakan variabel Religiusitas dan kualitas pelayanan juga menggunakan variabel penerapan nilai islam yang

dalam penelitian sebelumnya belum ada yang menggunakan variabel religiusitas, kualitas pelayanan dengan penerapan nilai islam secara bersama-sama.

### 2.3 Kerangka Penelitian

Dari analisa penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti lain serta penjabaran teori mengenai masing-masing variabel serta hubungannya, maka dapat dirumuskan suatu kerangka penelitian sebagai berikut:



### 2.4 Rumusan Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan yang bersifat sementara mengenai sesuatu objek/subjek yang akan dibuktikan kebenarannya melalui suatu penelitian. Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah hipotesis statistik atau hipotesis nol yang bertujuan untuk memeriksa ketidakbenaran sebuah dalil atau teori yang selanjutnya akan ditolak melalui

bukti-bukti yang sah. Adapun alasan dalam menggunakan hipotesis ini karena penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menggunakan alat-alat statistik, karakteristik ini samadengan yang dimiliki hipotesis statistik yang jugamenggunakan alat-alat analisis dalam membuktikan dugaan objek-objek yang diteliti.

Berdasarkan teori dan kerangka pemikiran tersebut, maka hipotesis di bawah ini pada dasarnya merupakan jawaban sementara terhadap suatu masalah yang harus dibuktikan kebenarannya, adapun hipotesis yang dirumuskan dalam penulisan ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh religiusitas terhadap loyalitas nasabah

Menurut Fatmah (2005) dan Khan (2015) menyatakan bahwa religiusitas dipandang sebagai salah satu faktor dalam memberikan kepuasan kepada nasabah. Terkait dengan prinsip-prinsip kehidupan beragama yang dianut, nasabah seringkali mengaitkan pilihan-pilihan dalam menentukan jenis produk dan layanan yang akan mereka gunakan ketaatan dalam beragama sangat berpengaruh dalam proses penentuan pilihan inii, sehingga produk atau layanan yang sesuai dengan prinsipnya saja yang akan dipilih untuk digunakan. Prinsip religiusitas ini akan mengikat nasabah

seiring dengan keyakinan mereka, sehingga kepuasan akan nilai-nilai religiusitas diharapkan akan mampu mengikat kesetiaan nasabah untuk tetap menggunakan produk atau jasa layanan perusahaan, artinya apabila tingkat religiusitas seorang nasabah tinggi maka tingkat loyalitas pun akan tinggi.

*H1: Religiusitas berpengaruh secara positif terhadap loyalitas nasabah*

2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah  
Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.<sup>40</sup> Menurut Chusnah (2016) kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Artinya semakin bagus kualitas pelayanan yang diberikan oleh perbankan maka nasabah akan semakin loyal.

*H2: kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah*

3. Pengaruh penerapan nilai islam terhadap loyalitas nasabah

---

<sup>40</sup>Arief, *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan*, Malang: Bayu Media Publishing, 2007, h. 118

Menurut Munawaroh (2016) nilai-nilai Islam adalah sifat-sifat (hal-hal) dari ajaran islam yang penting atau berguna bagi kemanusiaan. Nilai-nilai Islam bukan hanya mengatur hubungan manusia dengan Allah, tapi juga hubungan antara manusia dengan manusia lainnya serta hubungan antara manusia dengan alam. Dalam penelitiannya dapat disimpulkan bahwa nilai-nilai islam berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas nasabah. Artinya apabila penerapan nilai Islam yang dilakukan oleh nasabah tinggi maka akan meningkatkan loyalitas mereka terhadap perbankan syariah.

*H3: penerapan nilai Islam berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah*

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **1.1 Metode Penelitian**

##### **1.1.1 Jenis Penelitian**

Dalam penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (*field research*) yaitu dengan meneliti langsung pada objek yang akan diteliti. Penelitian lapangan atau dapat pula disebut sebagai penelitian empiris yaitu penelitian yang data dan informasinya diperoleh dari kegiatan di kancah (lapangan) kerja penelitian.

Adapun penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Menurut Kasmir Penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui. Sedangkan menurut Margono penelitian kuantitatif adalah penelitian yang lebih banyak menggunakan logika hipotesis verifikasi yang dimulai dengan berfikir deduktif untuk menurunkan hipotesis kemudian melakukan pengujian dilapangan dan kesimpulan atau hipotesis tersebut ditarik berdasarkan data empiris. Oleh karena itu menekankan pada indeks-indeks dan

pengukuran empiris.<sup>1</sup> Penelitian ini adalah penelitian tentang pengaruh religiusitas, kualitas pelayanan, dan penerapan nilai Islam terhadap loyalitas nasabah bank BNI Syariah Kantor Cabang Semarang.

### 1.1.2 Tempat dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah PT BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Ungaran yang beralamat di Jl. Diponegoro No. 222A, Ungaran, Semarang Barat, Kota Semarang dengan objek penelitian adalah nasabah BNI Syariah itu sendiri. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan oktober 2019.

### 1.1.3 Populasi dan Sampel Penelitian

#### 1.1.3.1 Populasi

Populasi adalah kumpulan dari keseluruhan pengukuran, objek, atau individu yang sedang dikaji. Jadi pengertian populasi dalam statistik tidak terbatas pada sekelompok atau kumpulan orang-orang, namun mengacu pada seluruh ukuran, hitungan, atau kualitas yang menjadi fokus perhatian suatu kajian.<sup>2</sup> Dalam penelitian ini populasi yang diambil adalah nasabah bank BNI Syariah KCP Ungaran.

---

<sup>1</sup>Ahmad Tanzeh, *Metodologi Penelitian Praktis*, Yogyakarta: Teras, 2011, h. 64.

<sup>2</sup>Harinaldi, *Prinsip-prinsip Statistik untuk Teknik dan Sains*, Jakarta: Erlangga, 2005, h. 2

### 1.1.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang akan diteliti secara mendalam. Syarat utama sampel ialah harus mewakili populasi. Oleh karena itu, semua ciri-ciri populasi harus diwakili dalam sampel. Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi.<sup>3</sup>

Pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dimana metode ini memilih sampel dengan pertimbangan tertentu, Teknik ini adalah pengembangan atau penyempurnaan dari metode-metode sebelumnya dimana peneliti membuat batasan-batasan berdasarkan ciriciri subjek yang akan dijadikan sampel penelitian. Pertimbangan yang diambil oleh peneliti yaitu nasabah yang beragama islam, dan sudah memiliki KTP. Sampel penelitian ini yaitu nasabah BNI Syariah KCP Ungaran. Slovin dalam Sevila menentukan ukuran sampel dari suatu populasi dengan rumus:<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Sukidin dan Mundir, *Metode Penelitian Membimbing Mengantar Kesuksesan Anda dalam dunia Penelitian*, Surabaya: Insan Cendikia, 2005, h. 81

<sup>4</sup> Amirulah, *Metodologi Penelitian Manajemen: Disertai Contoh judul Penelitian dan Proposal*, Malang: Bayumedika Publising Anggota IKAPI, 2013, h. 82.

$$n = \frac{N}{Ne^2+1}$$

$$\frac{5150}{5150(0,1)^2+1}$$

$$\frac{5150}{51,5}$$

$$n = 98,09$$

jumlah sampel dibulatkan menjadi 98

## 1.2 Teknik Pengumpulan Data

### 1.2.1 Pengertian Data

Menurut Kamus Umum Bahasa Indonesia data adalah keterangan atau bahan yang nyata yang dapat dijadikan dasar kajian (analisis atau kesimpulan). Menurut Burhan dalam bukunya Sinambela data adalah bahan keterangan tentang sesuatu objek penelitian yang diperoleh di lokasi penelitian. Sedangkan pengumpulan data adalah suatu proses pengumpulan data primer dan sekunder dalam penelitian. Pengumpulan data merupakan langkah yang sangat penting, karena untuk memecahkan masalah yang sedang diteliti atau untuk menguji hipotesis yang sudah dirumuskan.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> Syofian Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Bumi Aksara, 2014, h. 39

Pengumpulan data sebagai suatu prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan, selalu ada hubungan antara metode pengumpulan data dengan masalah yang sedang diteliti. Oleh karena itu, metode pengumpulan data yang digunakan dalam sebuah penelitian perlu disesuaikan dengan masalah penelitian yang akan dipecahkan.

### 1. Sumber dan Jenis Data

Sumber data dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi dua, diantaranya sebagai berikut:

- a. Data primer, yaitu data yang didapat dari sumber pertama dilapangan.<sup>6</sup> Data ini hasil dari angket dengan responden nasabah BNI Syariah KCP Ungaran.
- b. Data Sekunder, yaitu data yang berasal dari sumber kedua yang dapat di peroleh melalui buku-buku, jurnal, artikel yang didapat dari *website* yang berkaitan dengan penelitian ini. Dalam penelitian ini peneliti mengutip sejumlah buku-buku, jurnal dan Contoh penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

#### 1.2.2 Pengumpulan Data

---

<sup>6</sup> Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial: Format-format Kuantitatif dan Kualitatif*, Surabaya: Airlangga University Press, 2001, h. 128

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Metode angket, yaitu penelitian yang berupa daftar pertanyaan untuk memperoleh keterangan dari sejumlah responden<sup>7</sup>. Angket ini diberikan kepada nasabah BNI Syariah KCP Ungaran.
2. Metode dokumentasi. Metode ini digunakan untuk memperoleh informasi tentang religiusitas, kualitas pelayanan, dan penerapan nilai islam di BNI Syariah KCP Ungaran.

### 1.3 Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif.<sup>8</sup>

Dalam penelitian ini skala pengukuran yang digunakan adalah skala *likert* dimana skala ini untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang fenomena sosial. Fenomena sosial yang dimaksud adalah yang disebut sebagai variabel penelitian.

---

<sup>7</sup> Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial: Format-format Kuantitatif dan Kualitatif.*, h. 135

<sup>8</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Cet. 28, Bandung: Alfabeta, 2018, h. 92

Untuk pemberian skor skala *likert*, peneliti telah menentukan sebagai berikut:

**Tabel 3.1**  
**Skala Penilaian *Likert***

Simbol	Alternatif Jawaban	Nilai
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
CS	Cukup Setuju	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidal Setuju	1

#### 1.4 Definisi Konsep dan Operasional

##### 1. Variabel Penelitian

Pada penelitian ini diidentifikasi menjadi dua variabel yaitu :

- a. Variabel Bebas (variabel independen) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi penyebab terjadinya perubahan atau timbulnya variabel

dependen.<sup>9</sup> Dalam penelitian ini variabel bebas yang digunakan adalah Religiusitas yang diberi simbol  $X_1$ , Kualitas Pelayanan yang diberi simbol  $X_2$ , dan Penerapan nilai Islam yang diberi simbol  $X_3$

- b. Variabel Terikat (variabel dependen) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel independen.<sup>10</sup> Dalam penelitian ini variabel terikat yang digunakan adalah loyalitas nasabah yang diberi simbol Y.

**Tabel 3.2**  
**Variabel dan Indikator Penelitian**

No.	Variabel	Indikator	Pengukuran
1	Religiusitas <sup>11</sup>	Keagamaan	Skala Likert
		Zakat	Skala Likert
		Bisnis Halal	Skala Likert
		Pelarangan Riba	Skala Likert
2	Kualitas Pelayanan <sup>12</sup>	Keandalan	Skala Likert
		Tanggapan	Skala Likert

---

<sup>9</sup> Ahmad Tazeh, *Metode Penelitian Praktis*, Jakarta: PT Bina Ilmu, 2004, h.51

<sup>10</sup> Ahmad Tazeh, *Metode Penelitian Praktis...*, h. 52

<sup>11</sup> Fatmah, *Religiusitas Motive dan Economic Motive dalam Proses Pengambilan Keputusan*, (Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surabaya, 2005

<sup>12</sup> Rambat Lupiyadi dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat, 2009, h. 182

		Berwujud	Skala Likert
		Jaminan	Skala Likert
		Empati	Skala Likert
3	Penerapan Nilai Islam <sup>13</sup>	Al-Hurriyah/ Kebebasan	Skala Likert
		Al-Musawah/ Kesetaraan	Skala Likert
		Al-Adalah/ Keadilan	Skala Likert
		As-Shidiq/ Kejujuran	Skala Likert
		Ar-Ridha/ Kerelaan	Skala Likert
		Al-Kitabah/Tertulis	Skala Likert
4	Loyalitas Nasabah <sup>14</sup>	Kesediaan untuk menggunakan jasa secara berulang	Skala Likert
		Membeli diluar lini produk atau jasa	Skala Likert

<sup>13</sup> Munawaroh, *Penerapan Nilai-nilai Islam pada Bank Syariah dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus pada Masyarakat Kota Medan)*, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, 2016

<sup>14</sup> Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen...*, h. 130

		Merekomendasikan produk lain	Skala Likert
		Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk jenis dari pesaing	Skala Likert

## 1.5 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. kemudian data dikelompokkan berdasarkan variabel dan responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data pada setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.<sup>15</sup>

### 1.5.1 Uji Instrumen

#### 1.5.1.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui seberapa cermat suatu test atau pengujian melakukan fungsi ukurannya. Suatu instrumen pengukur dikatakan valid apabila instrumen tersebut

---

<sup>15</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2007, h. 142.

mengukur apa yang seharusnya diukur atau dapat memberikan hasil sesuai dengan yang diharapkan peneliti.<sup>16</sup>

Menurut Arikunto validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan sesuatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Valid tidaknya suatu instrument dapat diketahui dengan membandingkan indeks korelasi *product moment* Pearson dengan level signifikan 5% dengan nilai kritisnya, dimana r dapat ditentukan dengan rumus berikut ini:<sup>17</sup>

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N\sum X^2 - (\sum X)^2\}\{N\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

r : indeks korelasi pearson

X : Skor item

Y : skor total

XY : skor pertanyaan

N : banyaknya sampel

### 1.5.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan hasil pengukuran yang dapat dipercaya. Relibilitas diperlukan untuk mendapatkan data sesuai

---

<sup>16</sup> Tim Penyusun, *Pedoman Penyusunan Skripsi*, Tulungagung: IAIN Tulungagung, 2014, h. 135

<sup>17</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2014, h. 211-213

dengan tujuan pengukuran. Dalam bukunya, Sujianto mengemukakan bahwa Realibilitas adalah hasil pengukuran yang dapat dipercaya.

Menurut Suharsimi Arikunto reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik.<sup>18</sup> Rumus Alpha menurut Arikunto sebagai berikut:

$$r_{11} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

- r<sub>11</sub> : reabilitas instrumen
- k : Banyaknya pertanyaan
- $\sum \sigma_b^2$  : Jumlah varians butir
- $\sigma_t^2$  : Varians total

## 1.5.2 Uji Asumsi Klasik

### 1.5.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan teknik untuk menguji apakah data variabel dependen dan variabel independen berdistribusi normal atau tidak. Ada dua acara untuk mengujinya yaitu dengan

---

<sup>18</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian ...*, h. 221

analisa grafik dan analisa statistic sederhana. Tujuan dari uji normalitas untuk mengetahui apakah suatu variabel tersebut normal atau tidak. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan analisa grafik, dengan metode grafik kita dapat melihat data yang digunakan memberikan distribusi normal atau tidak dengan melihat grafik histogram dan normal *probability plot*. Uji normalitas ini juga didukung dengan uji *Kolmogorof-Smirnov*. Uji *Kolmogorof-Smirnov* bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel residu memiliki distribusi normal atau tidak. Dasar pengambilan keputusan ini adalah sebagai berikut:

- a. Apabila nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* kurang dari 0,05, maka  $H_0$  ditolak. Hal ini berarti data residual terdistribusi tidak normal.
- b. Apabila nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih besar dari 0,05, maka  $H_0$  diterima. Hal ini berarti data residual terdistribusi normal.

#### 1.5.2.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinariaritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika variabel independen saling

berkorelasi maka variabel-variabel ini tidak ortogonal yaitu nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol.<sup>19</sup>

Ada tidaknya hubungan antar variabel independen atau variabel bebas dapat diketahui atau dideteksi dengan memanfaatkan statistik korelasi *Variance Inflation Factor* (VIF) dan nilai Tolerance, dalam hal ini sebagai berikut

- a. Jika nilai VIF  $> 10$  dan Tolerance  $< 0,1$  maka dapat disimpulkan bahwa dalam persamaan regresi terdapat masalah multikolinearitas.
- b. Jika nilai VIF  $< 10$  dan Tolerance  $> 0.1$  maka dapat disimpulkan bahwa dalam persamaan regresi tidak terdapat masalah multikolinieritas.

#### 1.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi tidak terjadi kesamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.

---

<sup>19</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011, h. 160

Untuk menguji heterokedastisitas, dalam penelitian ini digunakan uji Glejser dengan meregresikan variabel-variabel bebas terhadap nilai absolute residualnya. Dengan ketentuan:

- a. Apabila koefisien signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima yang berarti tidak terjadi heteroskedastisitas
- b. Apabila koefisien signifikansi  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak yang berarti terjadi adanya heteroskedastisitas<sup>20</sup>

#### 1.5.2.4 Uji Analisis Regresi Berganda

Regresi berganda seringkali digunakan untuk menganalisis regresi yang melibatkan hubungan dari dua variabel atau lebih variabel bebas.<sup>21</sup> Setelah jawaban responden dari angket terkumpul, selanjutnya dilakukan analisis data dengan berpedoman pada analisis regresi berganda, diantaranya sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan:

- Y = Loyalitas Nasabah  
 a = Bilangan Konstanta  
 X<sub>1</sub> = Variabel Religiusitas  
 X<sub>2</sub> = Variabel Kualitas Pelayanan

---

<sup>20</sup> Gunawan Sudarmanto, *Statistik Terapan Berbasis Komputer Dengan Program IBM SPSS Statistik 19*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013, h. 261

<sup>21</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek...*, h. 56

$X_3$  = Variabel penerapan nilai Islam

$b_1, b_2, b_3$  = Koefisien Regresi

$e$  = Variabel Gangguan

### 1.5.3 Uji Hipotesis

#### 1.5.3.1 Uji T (Uji secara parsial)

Untuk mengetahui nilai koefisien regresi, sehingga dapat diketahui apakah pengaruh religiusitas ( $X_1$ ), kualitas pelayanan ( $X_2$ ), dan penerapan nilai islam ( $X_3$ ) berpengaruh terhadap loyalitas nasabah ( $Y$ ) signifikan atau tidak. Jika  $t$  hitung  $<$   $t$  tabel maka  $H_0$  diterima, artinya variabel independen secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Hipotesis yang akan diuji menggunakan uji  $t$  adalah:

$H_0$  = Religiusitas, kualitas pelayanan, dan nilai Islam secara parsial tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di BNI Syariah KCP Ungaran

$H_a$  = Religiusitas, kualitas pelayanan, dan nilai Islam secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di BNI Syariah KCP Ungaran

#### 1.5.3.2 Uji F (Simultan)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam

model mempunyai pengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen atau terikat. Untuk mengetahui makna F-test tersebut akan dilakukan dengan membandingkan tingkat signifikansi (sig.F) dengan tingkat signifikansi ( $\alpha = 5\%$ ). Apabila  $\text{sig.F} < 0,05$  atau apabila  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ , maka hipotesis nol ditolak artinya variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis yang akan diuji menggunakan uji F adalah:

$H_0$  = Religiusitas, kualitas pelayanan, dan penerapan nilai Islam secara parsial tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di BNI Syariah KCP Ungaran

$H_a$  = Religiusitas, kualitas pelayanan, dan penerapan nilai Islam secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas nasabah di BNI Syariah KCP Ungaran.

## **BAB IV**

### **ANALISIS DATA**

#### **4.1 Gambaran Umum BNI Syariah**

##### **4.1.1 Sejarah Berdirinya BNI Syariah**

Tempaan krisis moneter tahun 1997 membuktikan ketangguhan sistem perbankan syariah. Prinsip syariah dengan 3 (tiga) pilarnya yaitu adil, transparan dan maslahat mampu menjawab kebutuhan masyarakat terhadap sistem perbankan yang lebih adil. Dengan berlandaskan pada undang-undang No. 10 Tahun 1998, pada tanggal 29 April 2000 didirikan Unit Usaha Syariah (UUS) BNI dengan 5 kantor cabang di Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara dan Banjarmasin. Selanjutnya UUS BNI terus berkembang menjadi 28 Kantor Cabang dan 31 Kantor Cabang Pembantu.

Disamping itu nasabah juga dapat menikmati layanan syariah di Kantor Cabang BNI Konvensional (office channelling) dengan lebih kurang 1500 outlet yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia . Di dalam pelaksanaan operasional perbankan, BNI Syariah tetap memperhatikan kepatuhan terhadap aspek syariah.

Dengan Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang saat ini diketuai oleh KH. Ma'ruf Amin, semua produk BNI Syariah telah melalui pengujian dari DPS sehingga telah memenuhi aturan syariah.

Berdasarkan Keputusan Gubernur Bank Indonesia Nomor 12/41/KEP.GBI/2010 tanggal 21 Mei 2010 mengenai pemberian izin usaha kepada PT Bank BNI Syariah. Dan di dalam Corporate Plan UUS BNI tahun 2003 ditetapkan bahwa status UUS bersifat temporer dan akan dilakukan spin off tahun 2009. Rencana tersebut terlaksana pada tanggal 19 Juni 2010 dengan beroperasinya BNI Syariah sebagai Bank Umum Syariah (BUS). Realisasi waktu spin off bulan Juni 2010 tidak terlepas dari faktor eksternal berupa aspek regulasi yang kondusif yaitu dengan diterbitkannya UU No.19 tahun 2008 tentang Surat Berharga Syariah Negara (SBSN) dan UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Disamping itu, komitmen Pemerintah terhadap pengembangan perbankan syariah semakin kuat dan kesadaran terhadap keunggulan produk perbankan syariah juga semakin meningkat .

Juni 2014 jumlah cabang BNI Syariah mencapai 65 Kantor Cabang, 161 Kantor Cabang Pembantu, 17 Kantor Kas, 22 Mobil Layanan Gerak dan 20 Payment Poin.

#### 4.1.2 Visi Misi BNI Syariah

##### a. Visi

Menjadi bank syariah pilihan masyarakat yang unggul dalam layanan dan kinerja<sup>1</sup>

##### b. Misi

- a) Memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan peduli pada kelestarian lingkungan
- b) Memberikan solusi bagi masyarakat untuk kebutuhan jasa perbankan syariah
- c) Memberikan nilai investasi yang optimal bagi investor
- d) Menciptakan wahana terbaik sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi bagi pegawai sebagai perwujudan ibadah
- e) Menjadi acuan tata kelola perusahaan yang amanah.<sup>2</sup>

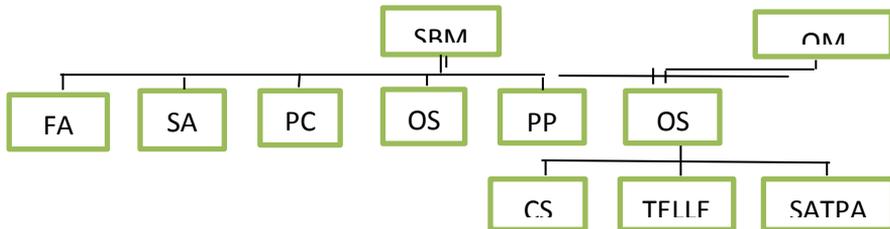
#### 4.1.3 Struktur Organisasi BNI Syariah

---

<sup>1</sup> <http://www.bnisyariah.co.id>

<sup>2</sup> <https://www.bnisyariah.co.id>

**Gambar 4.1 Struktur Organisasi BNI Syariah KCP Ungaran**



Keterangan:

Nama dan Posisi dalam struktur organisasi Bank BNI Syariah KCP Ungaran Sebagai Berikut:

No	Nama	Posisi
1	Praditya Hersanto	SBM (Sub Branch Manager)
2	Lamya C. Tiningrum	OSH (Operational & Service Head)
3	Ade Kurniawan	FA (Funding Assistant)
4	Aulia Rahma	SA (Sales Assistant)
5	M. Maulana akbar Kurniawan	PCA (Processing & Collection Assistant)
6	Anggraeni Apriyanti	OSA (Operational & Support Assistant)
7	Ganjar Hesti Hutami	CS (Customer service)
8	Yasmin Yahya	Teller
9	M. Zaki	Satpam

#### 4.1.4 Produk-produk BNI Syariah

##### a. Dana

a. iB Hasanah

Tabungan dengan berbagai fasilitas e-Banking seperti internet Banking, SMS Banking, Mobile Banking dan lain-lain. BNI iB Hasanah dilengkapi dengan Hasanah Debit Silver sebagai kartu ATM/Debit yang dapat digunakan untuk transaksi di seluruh merchant Master Card seluruh dunia.

b. Bisnis iB Hasanah

Tabungan dengan informasi transaksi dan mutasi rekening yang lebih detail, bagi hasil kompetitif, serta berbagai fasilitas transaksi eBanking, BNI Bisnis IB Hasanah dilengkapi dengan Hasanah Debit Gold.

c. Baitullah iB Hasanah

Tabungan haji dan umrah yang dikelola secara syariah sebagai sarana pembayaran haji untuk mendapatkan kepastian porsi berangkat menunaikan ibadah haji dan perencanaan ibadah umrah dalam mata uang rupiah dan USD. BNI Baitullah ib Hasanah dilengkapi dengan Kartu Haji dan Umroh Indonesia sebagai kartu ATM/ Debit yang dapat digunakan di Tanah Suci dan Tanah Air.

d. Tunas iB Hasanah

Tabungan yang diperuntukkan bagi anak-anak dan pelajar yang berusia di bawah 17 tahun. Tabungan ini disertai dengan kartu ATM Debit Tunas Card atas nama anak dan SMS notifikasi ke orang tua.

e. Tapenas iB Hasanah

Tabungan perencanaan dengan sistem setoran bulanan yang bermanfaat untuk membantu menyiapkan rencana masa depan seperti rencana liburan, ibadah umrah, pendidikan ataupun rencana lainnya.

f. Prima iB Hasanah

Tabungan bagi nasabah “High Networth” dengan bagi hasil kompetitif dan manfaat berupa fasilitas transaksi e-Banking, perlindungan asuransi jiwa dan fasilitas Executive Lounge bandara yang telah bekerja sama dengan BNI Syariah, BNI Prima IB Hasanah dilengkapi dengan Zamrud Card.

g. Sempel iB Hasanah

Produk simpanan untuk siswa/pelajar dengan fitur yang menarik dan persyaratan yang sangat

mudah sehingga mendorong budaya menabung sejak dini. BNI Simpel iB Hasanah dilengkapi dengan Kartu ATM Simpel iB.

b. Produk Pembiayaan Produktif

1) BNI Wirausaha Beragun Properti iB Hasanah

Fasilitas pembiayaan produktif yang diberikan kepada segmen usaha kecil guna memenuhi kebutuhan investasi aset produktif seperti rumah kost/ruko/rukan dan gudang.

2) BNI Wirausaha iB Hasanah

Fasilitas pembiayaan produktif yang diberikan untuk pertumbuhan usaha yang fleksibel guna memenuhi kebutuhan modal kerja atau investasi

3) BNI Usaha Kecil iB Hasanah

Fasilitas pembiayaan produktif yang diberikan untuk pengembangan usaha produktif yang fleksibel guna memenuhi kebutuhan modal kerja atau inventasi usaha.

4) BNI Griya iB Hasanah

BNI Griya Hasanah memberikan pembiayaan pemilikan rumah, ruko, kavling siap bangun (KSB), pembangunan dan renovasi rumah.

## 4.2 Karakteristik Responden

Sebelum dilakukan analisis, terlebih dahulu penulis akan menjelaskan mengenai data-data responden yang digunakan sebagai sampel yang diambil dari nasabah BNI Syariah Semarang berikut ini:

### a. Jenis Kelamin Responden

Adapun data mengenai jenis kelamin responden nasabah BNI Syariah KCP Ungaran sebagai berikut:

**Tabel 4.1 Jenis Kelamin**

**Jenis\_Kelamin**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	47	48,0	48,0	48,0
	Perempuan	51	52,0	52,0	100,0
Total		98	100,0	100,0	

*Sumber: Data Primer yang diolah 2019*

Dari tabel 4.1 di atas menunjukkan bahwa responden terdiri dari 48% Laki-laki yaitu sebanyak 47 responden, dan 52% Perempuan yaitu sebanyak 52 responden. Kondisi ini disebabkan bahwa perempuan yang bekerja baik itu Ibu-ibu Maupun mahasiswa cenderung menggunakan Bank BNI Syariah sebagai sarana biaya kuliah dan penerimaan gaji dari perusahaan tempat mereka bekerja.

b. Profil Responden Berdasarkan Usia

Adapun data mengenai usia responden nasabah BNI Syariah KCP Ungaran sebagai berikut:

**Tabel 4.2 Usia Responden**

**Usia**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 20-30	67	68,4	68,4	68,4
31-40	20	20,4	20,4	88,8
41-55	11	11,2	11,2	100,0
Total	98	100,0	100,0	

*Sumber: Data Primer yang diolah 2019*

Berdasarkan Tabel 4.2 di atas menunjukkan bahwa responden yang berusia 20-30 sebanyak 68,4% yaitu 67 responden, usia 31-40 sebanyak 20,4% yaitu 20 responden, usia 41-55 sebanyak 11,2% yaitu 11 responden. Sehingga dapat disimpulkan bahwa paling dominan adalah responen yang berusia 20-30 tahun. Hal ini terjadi karena nasabah Bank BNI Syariah banyak yang berprofesi sebagai karyawan dan banyak mahasiswa yang menggunakan Bank BNI Syariah untuk pembayaran biaya kuliah.

c. Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Adapun data mengenai usia responden nasabah BNI Syariah KCP Ungaran sebagai berikut:

**Tabel 4.3 Pendidikan Terakhir Responden**

**Pendidikan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SLTP		5,1	5,1	5,1
SLTA	71	72,4	72,4	77,6
Perguruan Tinggi	22	22,4	22,4	100,0

Total	98	100,0	100,0
-------	----	-------	-------

*Sumber: Data Primer yang diolah 2019*

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa responden dengan pendidikan terakhir SLTP sebanyak 5,1% yaitu 5 responden, responden dengan pendidikan terakhir SLTA sebanyak 72,4% yaitu 71 rseponden, responden dengan pendidikan terakhir Pergurua n Tinggi sebanyak 22,4% yaitu 22 responden. Tingkat pendidikan yang ditempuh seseorang menunjukkan tingkat pengetahuan dan wawasan yang dimiliki, sehingga akan berpengaruh pada kemampuan menganalisis suatu permasalahan seperti dalam memilih lembaga keuangan.

d. Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan

Adapun data mengenai usia responden nasabah BNI Syariah KCP Ungaran sebagai berikut:

**Tabel 4.4. Pekerjaan Responden  
Pekerjaan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pedagang	5	5,1	5,1	5,1

Mahasiswa	29	29,6	29,6	34,7
PNS	7	7,1	7,1	41,8
Wiraswasta	44	44,9	44,9	86,7
Lainnya	13	13,3	13,3	100,0
Total	98	100,0	100,0	

Sumber: *data primer yang diolah (2019)*

Berdasarkan tabel 4.4 di atas menunjukkan bahwa responden yang berprofesi sebagai pedagang sebanyak 5,1% yaitu 5 responden, berprofesi sebagai mahasiswa sebanyak 29,6% yaitu 29 responden, berprofesi sebagai PNS sebanyak 7,1% yaitu 7 responden, berprofesi sebagai wiraswasta sebanyak 44,9% yaitu 44 responden, dan berprofesi selain yang disebutkan sebanyak 13,3% yaitu sebanyak 13 responden. Sehingga dapat disimpulkan bahwa paling dominan adalah responden yang berprofesi sebagai wiraswasta.

### 4.3 Analisis Statistik Deskriptif

Statistik Deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan data penelitian agar memperjelas keadaan data yang bersangkutan. Statistik deskriptif yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai minimum, maksimum, rata-rata, dan standar deviasi.

**Tabel 4.5**  
**Hasil Analisis Statistik Deskriptif**

<b>Descriptive Statistics</b>					
	N	Minimu m	Maximum	Mean	Std. Deviation
Religiusitas	98	11	20	15,98	2,628
Kualitas_Pelayanan	98	10	20	16,35	2,483
Penerapan_Nilai_Isl am	98	14	25	20,32	2,842
Loyalitas_Nasabah	98	8	20	15,36	2,594
Valid N (listwise)	98				

*Sumber: Data primer yang diolah (2019)*

Berdasarkan tabel diatas bahwa jumlah data penelitian (N) adalah Sebesar 98. Religiusitas memiliki nilai terendah 11, nilai tertinggi sebesar 20, nilai rata-rata sebesar 15,98 dan standar deviasinya (tingkat sebaran datanya) sebesar 2,628. Nilai variabel kualitas pelayanan memiliki nilai terendah sebesar 10, nilai tertinggi sebesar 20, nilai rata-rata sebesar 16,35 dan standar deviasinya (tingkat sebaran datanya) sebesar 2,483. Nilai variabel penerapan nilai Islam memiliki nilai terendah sebesar 14, nilai tertinggi sebesar 25, nilai rata-rata sebesar 20,32 dan standar deviasinya (tingkat sebaran datanya) sebesar 2,642. Nilai variabel loyalitas nasabah memiliki nilai terendah sebesar 8, nilai tertinggi sebesar 20, nilai rata-rata

sebesar 15,36 dan standar deviasinya (tingkat sebaran datanya) sebesar 2,594.

#### 4.4 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

##### 4.4.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Item kuesioner dinyatakan valid apabila nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Penelitian ini melaksukn prngujisn validitas pada empat variabel yaitu, religiusitas, kualitas pelayanan, penerapan nilai islam, dan loyalitas nasabah, dengan kebebasan (*degree of freedom*) dalam penelitian ini adalah  $df = n - 2$ . Dengan ketentuan n (jumlah responden) adalah 98 responden. Jadi besarnya  $df = 98 - 2 = 96$  dengan alpha 0,05 (5%) dengan uji dua sisi maka di dapat  $r_{tabel}$  0,198. Hasil olah data dengan menggunakan SPSS 23 for windows adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.6**

##### Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	<i>Corrected Item-Total Correlation</i> ( $r_{hitung}$ )	$R_{tabel}$	Validitas
Religiusitas (X1)	X1.1	0,838	0,198	Valid
	X1.2	0,854	0,198	Valid

	X1.3	0,849	0,198	Valid
	X1.4	0,866	0,198	Valid
Kualitas Pelayanan (X2)	X2.1	0,856	0,198	Valid
	X2.2	0,823	0,198	Valid
	X2.3	0,889	0,198	Valid
	X2.4	0,757	0,198	Valid
Penerapan Nilai-nilai Islam (X3)	X3.1	0,707	0,198	Valid
	X3.2	0,790	0,198	Valid
	X3.3	0,839	0,198	Valid
	X3.4	0,861	0,198	Valid
	X3.5	0,693	0,198	Valid
Loyalitas Nasabah (Y)	Y.1	0,852	0,198	Valid
	Y.2	0,871	0,198	Valid
	Y.3	0,854	0,198	Valid
	Y.4	0,830	0,198	Valid

Sumber: *data primer diolah (2019)*

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai *Correlacted item – total correlation* kurang dari  $r_{\text{tabel}}$  berarti bahwa pernyataan tersebut tidak mampu mengukur variabel yang ingin di ukur. Jika  $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$  dan nilai positif maka pernyataan tersebut dinyatakan valid (Ghozali, 2016: 53) yang dilihat dari tabel uji validitas masing-masing pernyataan lebih besar dari nilai  $r_{\text{tabel}}$  yaitu 0,198. Dengan demikian semua item dinyatakan valid.

#### 4.4.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran reliabilitas dilakukan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Jika suatu variabel memiliki nilai *Cronbach Alpha*  $> 0,60$  maka dapat dikatakan bahwa variabel tersebut reliabel. Hasil uji realibilitas pada penelitian ini sebagai berikut:

**Tabel 4.7**

#### **Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel Penelitian	<i>Cronbach Alpha's</i>	Keterangan
Religiusitas (X1)	0,874	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	0,852	Reliabel
Penerapan Nilai Islam (X3)	0,838	Reliabel
Loyalitas Nasabah	0,872	Reliabel

Tabel diatas menunjukkan bahwa semua variabel dikatakan reliabel terlihat dari semua nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,60 yang berarti jawaban yang diberikan responden sudah konsisten

dalam menjawab setiap pernyataan yang digunakan untuk mengukur masing-masing variabel.

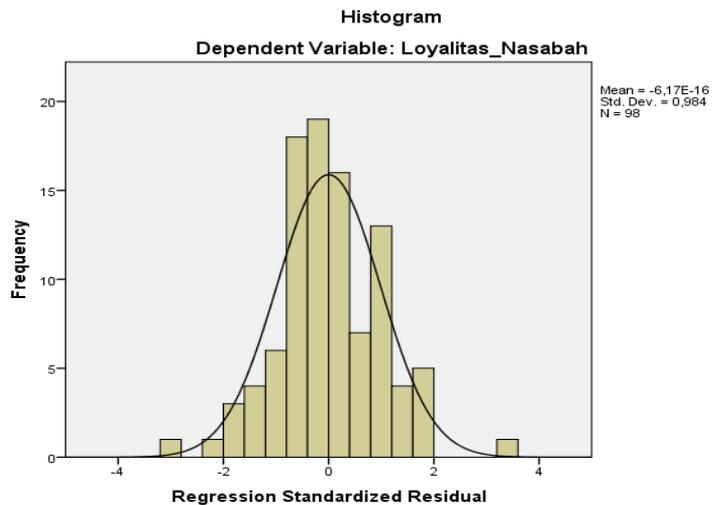
#### **4.5 Uji Asumsi Klasik**

Untuk mendeteksi adanya penyimpangan asumsi klasik maka dilakukan uji normalitas, multikolonieritas, dan heteroskedastisitas.

##### **4.5.1 Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel residual memiliki distribusi normal. Penelitian ini menggunakan dua macam uji normalitas yaitu analisis grafik dan analisis statistik. Analisis grafik terdiri atas grafik histogram dan normal *probability plot*. Hasil pengolahan data menggunakan analisis grafik dapat dilihat sebagai berikut:

**Grafik 4.1**  
**Grafik Histogram**

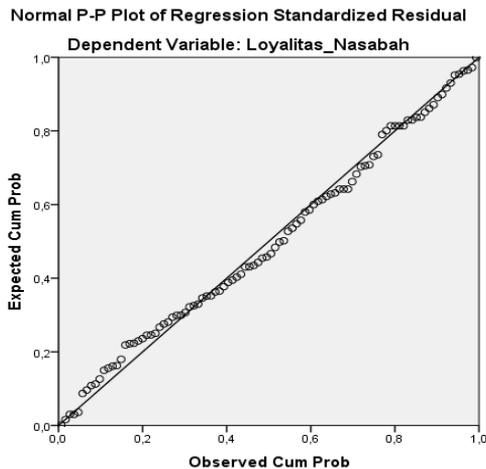


Sumber: *data primer yang diolah (2019)*

Pada grafik histogram terlihat bahwa variabel berdistribusi normal. Hal ini dapat ditunjukkan oleh distribusi data tersebut tidak miring ke kiri ataupun ke kanan dan membentuk lonceng. Sehingga penyebaran datanya telah berdistribusi normal.

## Grafik 4.2

### Normal Probability Plot



Sumber: *Data primer yang diolah (2019)*

Berdasarkan grafik normal *probability plot* memiliki titik-titik yang mendekati garis diagonal. Dapat diketahui bahwa data residual dalam penelitian ini normal hal tersebut terjadi karena apabila residual dari distribusi yang normal, maka nilai sebaran terletak disekitar garis lurus. Untuk model regresi akan diuji menggunakan analisis statistik:

**Tabel 4.8**  
**Uji Kolmogorov-Smirnov**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		98
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,12173895
Most Extreme Differences	Absolute	,062
	Positive	,050
	Negative	-,062
Test Statistic		,062
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

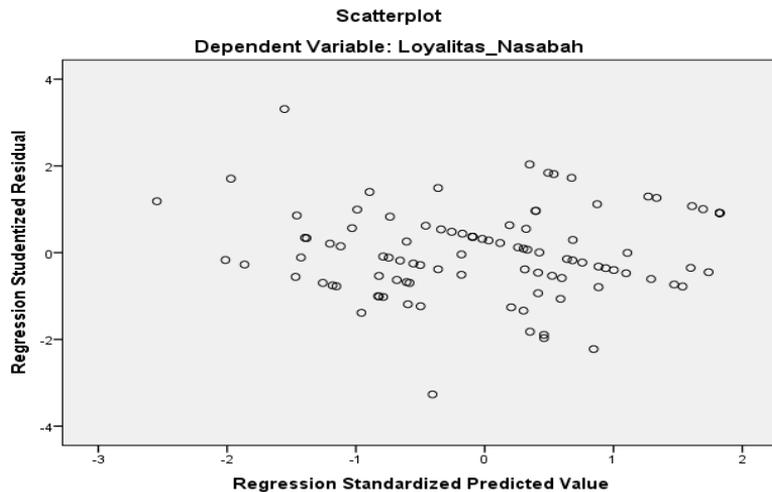
Sumber: *Data primer yang diolah (2019)*

Dari table diatas diketahui bahwa nilai Kolmogorov-smirnov sebesar  $0,200 > 0,05$  atau lebih besar dari  $0,05$ . Hal tersebut berarti menunjukkan bahwa data residual telah terdistribusi normal, karena telah memenuhi syarat yaitu nilai signifikan harus lebih besar dari  $0,05$

#### 4.5.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Terdapat dua macam cara untuk mendeteksi heteroskedastisitas yaitu menggunakan grafik scatterplot dan uji glejser. Berikut hasil pengolahan data menggunakan grafik *scatterplot*:

**Gambar 4.3**  
**Grafik Scatterplot**



Sumber: *Data primer yang diolah (2019)*

Gambar diatas merupakan gambar yang diperoleh dari hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan grafik *scatterplot*. Dari hasil grafik diatas terlihat titik-titik atau lingkaran kecil yang menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. oleh karena itu, dengan hasil yang demikian dapat diambil kesimpulan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi dalam penelitian ini. Berdasarkan grafik *scatterplot* diatas, dapat diketahui bahwa pola pada scatterplot menyebar dan tidak membentuk pola yang jelas sehingga dapat diartikan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas. Hasil pengolahan data menggunakan analisis statistic dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 4.9**  
**Uji Glajser**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,306	1,139		1,147	,254
	Religiusitas	,064	,060	,125	1,058	,293
	Kualitas_Pelayanan	-,067	,068	-,125	-,996	,322
	Penerapan_Nilai_Islam	,021	,058	,044	,356	,722

a. Dependent Variable: ABS\_RES\_1

Sumber: *Data primer yang diolah (2019)*

Dari hasil table diatas dapat dilihat bahwa signikansi religiusitas yaitu  $0,293 > 0,05$ . Signifikansi kualitas pelayanan yaitu  $0,322 > 0,05$  dan untuk penerapan nilai Islam signifikansinya yaitu  $0,722 > 0,05$ . Hal ini berarti variabel independen tidak mempengaruhi variabel dependen, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 4.5.3. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mendeteksi adanya hubungan linear antara variabel independen di dalam regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas dalam model regresi dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF) jika nilai *tolerance* di atas 0,1 dan VIF dibawah 10 maka model tersebut bebas dari multikolinieritas. Hasil bisa di lihat dari tabel:

**Tabel 4.10**  
**Uji Multikolinieritas**

Model		Coefficients <sup>a</sup>						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3,769	1,826		2,065	,042		
	Religiusitas	,271	,096	,274	2,814	,006	,748	1,336
	Kualitas_Pelayanan	,365	,108	,349	3,365	,001	,661	1,513

Penerapan_Nilai_Islam	,064	,093	,070	,688	,493	,688	1,454
-----------------------	------	------	------	------	------	------	-------

a. Dependent Variable: Loyalitas\_Nasabah

Sumber: *Data primer yang diolah (2019)*

Berdasarkan table di atas dapat dilihat bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 dan nilai VIF lebih kecil dari 10. Besar *tolerance* yang dimiliki oleh variabel tersebut adalah, variabel religiusitas sebesar 0,748, kualitas pelayanan sebesar 0,661, penerapan nilai Islam sebesar 0,688. Sehingga nilai tersebut dapat terpenuhi karena syarat bahwa agar tidak terjadi korelasi antar variabel independen, maka nilai *tolerance* dari masing-masing variabel harus lebih dari 0,1.

Selain itu nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dalam penelitian ini adalah untuk variabel religiusitas sebesar 1,336, variabel kualitas pelayanan sebesar 1,513, dan untuk variabel penerapan nilai Islam sebesar 1,454. Oleh karena itu, nilai tersebut juga telah memenuhi syarat lainnya dari uji multikolonieritas ini bahwa nilai dari VIF

harus kurang dari 10. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa tidak terjadi gejala multikolonieritas.

#### 4.5.4 Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi mengukur seberapa jauh kemampuan variabel dalam mempengaruhinya. Hasil koefisien determinasi dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 4.12**  
**Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,575 <sup>a</sup>	,331	,309	2,155

a. Predictors: (Constant), Penerapan\_Nilai\_Islam, Religiusitas, Kualitas\_Pelayanan

b. Dependent Variable: Loyalitas\_Nasabah

Sumber: *Data primer yang diolah (2019)*

Berdasarkan table diatas, maka dapat diketahui bahwa nilai R square sebesar 0,331. Hal ini berarti bahwa 33,1% loyalitas nasabah dapat dijelaskan oleh variabel religiusitas, kualitas pelayanan, dan penerapan nilai Islam. Sedangkan sisanya ( $100\% - 33,1\% = 66,9\%$ ) dijelaskan oleh sebab sebab lain diluar model.

#### 4.5.5 Uji Regresi Linier Berganda

Adapun hasil analisis data dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh religiusitas, kualitas pelayanan, dan penerapan nilai Islam terhadap loyalitas nasabah. Hasil analisis regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.11**  
**Uji Regresi Linear Berganda**

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3,769	1,826		2,065	,042
Religiusitas	,271	,096	,274	2,814	,006
Kualitas_Pelayanan	,365	,108	,349	3,365	,001
Penerapan_Nilai_Islam	,064	,093	,070	,688	,493

a. Dependent Variable: Loyalitas\_Nasabah

Berdasarkan tabel diatas maka persamaan regresi yang terbentuk adalah:

$$Y = 3,769 + 0,271X_1 + 0,365X_2 + 0,064X_3 + e$$

Berdasarkan persamaan tersebut akan diuraikan sebagai berikut:

- a. konstanta sebesar 3,769 menunjukkan nilai loyalitas nasabah sebelum dipengaruhi oleh variabel religiusitas, kualitas pelayanan dan penerapan nilai Islam adalah positif
- b. Nilai koefisien regresi variabel religiusitas sebesar 0,271 yang berarti apabila religiusitas mengalami peningkatan dalam hal keagamaan, zakat, bisnis halal dan pelarangan riba, maka loyalitas nasabah BNI Syariah KCP Ungaran akan meningkat sebesar 27,1%. Dengan asumsi variabel independen yang lebih besar. Dengan asumsi variabel independen yang lebih besar.
- c. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,365 yang berarti apabila kualitas pelayanan ditingkatkan dalam hal keandalan, daya tangkap, berwujud, jaminan pelayanan, dan empati, maka loyalitas nasabah BNI Syariah KCP Ungaran akan meningkat sebesar 36,5%. Dengan asumsi variabel independen yang lebih besar.
- d. Nilai koefisien regresi variabel penerapan nilai Islam sebesar 0,064 yang berarti apabila penerapan nilai Islam ditingkatkan dalam hal *Al-hurriyah* (kebebasan), *Al-*

*musawah* (persamaan), *Al-adalah* (keadilan), kerelaan, *As-shidiq* (kejujuran), *Al-kitabah* (tertulis), maka loyalitas nasabah BNI Syariah KCP Ungaran akan meningkat sebesar 6,4%. Dengan asumsi variabel independen yang lebih besar.

#### 4.6 Uji Hipotesis

Pembuktian apakah variabel religiusitas, kualitas pelayanan dan penerapan nilai Islam berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, baik secara simultan maupun parsial. Pembuktian hipotesis pada penelitian ini menggunakan uji t untuk melihat apakah hipotesis yang diajukan diterima atau ditolak. Uji F digunakan untuk melihat pengaruh variabel bebas yang meliputi religiusitas, kualitas pelayanan dan penerapan nilai Islam terhadap loyalitas nasabah secara simultan.

##### 4.6.1 Uji Signifikansi Parsial (Uji T)

Untuk menguji apakah hipotesis yang diajukan diterima atau ditolak menggunakan statistik t (uji t). jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, sedangkan jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Jika tingkat signifikansi dibawah 0,5 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Diketahui  $t_{tabel}$  untuk  $df = n-2$  yaitu  $df = 98 - 2 =$

96 dan tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) = 5% maka diperoleh  $T_{\text{tabel}}$  sebesar 1,985. Hasil uji persial (uji t) dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.13**  
**Uji Signifikansi Parsial (Uji t)**

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3,769	1,826		2,065	,042
Religiusitas	,271	,096	,274	2,814	,006
Kualitas_Pelayanan	,365	,108	,349	3,365	,001
Penerapan_Nilai_Islam	,064	,093	,070	,688	,493

a. Dependent Variable: Loyalitas\_Nasabah

a. Religiusitas

Berdasarkan table diatas, dapat dilihat bahwa nilai  $t_{\text{hitung}}$  sebesar 2,814 Jika dibandingkan dengan  $t_{\text{table}}$  pada tingkat signifikansi 5% yaitu sebesar 1,985 maka nilai  $t_{\text{hitung}}$  lebih besar dari  $t_{\text{table}}$  ( $2,814 > 1,985$ ). Dengan

tingkat signifikansi sebesar  $0,006 < 0,05$ . Dan koefisien sebesar 0,271. Hal ini menunjukkan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan, maka  $H_1$  diterima.

b. Kualitas Pelayanan

Berdasarkan table diatas, dapat dilihat bahwa nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,365 Jika dibandingkan dengan  $t_{table}$  pada tingkat signifikansi 5% yaitu sebesar 1,985 maka nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{table}$  ( $3,365 > 1,985$ ). Dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$ . Dan koefisien sebesar 0,365. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan, maka  $H_2$  diterima.

c. Penerapan Nilai Islam

Berdasarkan table diatas, dapat dilihat bahwa nilai  $t_{hitung}$  sebesar 0,688 Jika dibandingkan dengan  $t_{table}$  pada tingkat signifikansi 5% yaitu sebesar 1,985 maka nilai  $t_{hitung}$  lebih kecil dari  $t_{table}$  ( $0,688 < 1,985$ ). Dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,493 > 0,05$ . Dan koefisien sebesar 0,064. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan nilai Islam berpengaruh positif namun tidak signifikan, maka  $H_3$  diterima.

#### 4.6.2 Uji Signifikansi Simultan (uji F)

Uji F dilakukan untuk melihat apakah variabel bebas yang terdiri dari religiusitas, Kualitas Pelayanan, dan peneapan nilai islam yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat yaitu kepatuhan wajib pajak. Uji F dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.13**  
**Uji F**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	215,828	3	71,943	15,487	,000 <sup>b</sup>
	Residual	436,672	94	4,645		
	Total	652,500	97			

a. Dependent Variable: Loyalitas\_Nasabah

b. Predictors: (Constant), Penerapan\_Nilai\_Islam, Religiusitas, Kualitas\_Pelayanan

Sumber: *Data primer yang diolah (2019)*

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa hasil uji yang diperoleh nilai F-hitung sebesar 15.487 dan nilai signifikan sebesar 0,000. Variabel bebas secara simultan dapat mempengaruhi variabel independen apabila tingkat signifikan < 0,05. maka diketahui tingkat signifikansi

sebesar  $0,000 < 0,05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel religiusitas, kualitas pelayanan, dan penerapan nilai Islam berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas nasabah.

#### **4.7 Pembahasan Hasil Penelitian**

Pembahasan mengenai pengaruh religiusitas (X1), kualitas pelayanan (X2), dan penerapan nilai Islam (X3) terhadap loyalitas nasabah. Maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

##### **4.7.1. Pengaruh Religiusitas Terhadap Loyalitas Nasabah**

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda yang dilakukan dengan bantuan program statistik SPSS diketahui bahwa variabel bebas religiusitas terhadap loyalitas nasabah memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,814 sedangkan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,985, maka  $H_1$  diterima dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,006 < 0,05$  dan memiliki koefisien berpengaruh positif sebesar 0,271.

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fatma (2005) dan Khan (2016) yang menyatakan religiusitas berpengaruh

positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Artinya semakin tinggi tingkat religiusitas seorang nasabah maka tingkat loyalitas pun akan semakin tinggi.

#### 4.7.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah

Hipotesis kedua menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini dapat dilihat Berdasarkan hasil analisis regresi berganda yang dilakukan dengan bantuan program statistik SPSS diketahui bahwa variabel bebas kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,365 sedangkan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,985,  $H_2$  diterima dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$  dan memiliki koefisien berpengaruh positif sebesar 0,365. Artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Siburian dkk (2011) dan Chusnah (2016) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah secara positif dan signifikan. Artinya semakin bagus kualitas pelayanan yang dilakukan suatu Bank maka tingkat loyalitas akan semakin tinggi.

#### 4.7.3. Pengaruh Penerapan Nilai islam Terhadap Loyalitas Nasabah

Berdasarkan olahan statistik pada uji regresi linier berganda dapat diketahui nilai uji statistik T dengan nilai t-hitung sebesar 0,688 sedangkan nilai t-tabel 1,985, dapat disimpulkan bahwa  $t\text{-hitung } 0,688 < 1,985$  dan nilai signifikannya adalah 0,493 dimana nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Dapat dikatakan bahwa penerapan nilai Islam dengan loyalitas nasabah mempunyai arah positif namun tidak signifikan. Dengan dilakukan pengujian tersebut maka hipotesis diterima.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Munawaroh (2016) yang menyatakan bahwa penerapan nilai Islam berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Artinya apabila penerapan nilai Islam yang dilakukan oleh nasabah tinggi maka akan meningkatkan loyalitas mereka terhadap perbankan syariah.

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penjelasan dan analisis data yang telah dilakukan oleh peneliti yaitu mengenai Religiusitas, Kualitas Pelayanan, dan Penerapan nilai Islam terhadap loyalitas nasabah (Studi kasus pada nasabah PT BNI Syariah Kantor Cabang Pembantu Ungaran) maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,814 sedangkan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,985, dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,006 < 0,05$  Artinya semakin tinggi tingkat religiusitas nasabah maka akan menjadikan mereka semakin loyal.
2. kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,365 sedangkan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,985, dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$  Artinya semakin bagus kualitas pelayanan yang diberikan bank syariah maka nasabahnya akan semakin loyal.
3. Penerapan nilai Islam berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah. Dibuktikan dengan

nilai  $t_{hitung}$  sebesar 0,688 sedangkan nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,985,  $H_3$  ditolak dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,493 > 0,05$ . Artinya variabel penerapan nilai Islam tidak menjadi jaminan bagi seseorang yang religius, taat dengan agama serta menerapkan nilai Islam dalam dirinya untuk menjadi loyal terhadap perbankan syariah.

4. R square dalam penelitian ini mempunyai nilai kontribusi ( $R^2$ ) sebesar 33,1% dan selebihnya 66,9% merupakan variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Variable lain diantaranya seperti brand image, marketing mix, atau variabel lain.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka saran yang dapat diberikan terkait Religiusitas, kualitas pelayanan, dan penerapan nilai Islam terhadap loyalitas nasabah PT BNI Syariah KCP Ungaran sebagai berikut:

### 1. Bagi Instansi Bank BNI Syariah

Bagi BNI Syariah disarankan untuk menambah kenyamanan dan mengoptimalkan pelayanan kepada nasabah, pihak Bank perlu memperhatikan sistem pelayanan seperti fasilitas, penambahan kantor pelayanan, selain sangat efektif penambahan kantor pelayanan akan lebih mengembangkan fasilitas dapat menunjukkan kepada masyarakat luas bahwa Bank Syariah semakin maju dan mampu berkompetisi dengan lembaga keuangan lain. Dan dapat memberikan kepuasan tersendiri bagi para nasabahnya sehingga memunculkan atau memupuk rasa loyalitas pada lembaga tersebut.

### 2. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menambah variabel independen maupun pembuatan kuesioner yang memiliki keterkaitannya dengan religiusitas, kualitas pelayanan, penerapan nilai Islam dan loyalitas nasabah serta menambah sampel penelitian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agus Eko Sujianto. *Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0*. Jakarta: Prestasi Pustaka, 2009
- Amirulah, *Metodologi Penelitian Manajemen: Disertai Contoh judul Penelitian dan Proposal*, Malang: Bayumedika Publising Anggota IKAPI, 2013
- Ancok, Djamaludin dan Fuad Nashori. *Psikologi Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1994
- Antonio, Syafi'I, *Bank Syariah: dari Teori ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani, 2001
- Arief, *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan*, Malang: Bayu Media Publishing, 2007
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2014
- Atik, dan Ratminto. *Manajemen Pelayanan, disertai dengan pengembnagan model konseptual, penerapan citizen's Charter dan standar pelayanan minimal*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005
- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Sosial: Format-format Kuantitatif dan Kualitatif*, Surabaya: Airlangga University Press, 2001

- Caroline, C. *Hubungan Antara Religiusitas Dengan Tingkat Penalaran Moral Pada Pelajar Madrasah Mu'allimat Muhammadiyah Yogyakarta, Yogyakarta: Fakultas Psikology UGM, 1999*
- Darsono, et al. *Perbankan Syariah Di Indonesia*, Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2016
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 1988
- Djamil, Fathuurrahman, et al, *Hukum Perjanjian Syariah dalam Kompliasi Hukum Perikatan*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2001
- Djumhana, Muh. *Hukum Perbankan di Indonesia*, Bandung: PT. Citra Aditya Bhakti, 2006
- Fatmah. *Religiusitas Motive dan EconomicMMotive dalam Proses Pengambilan Keputusan*, Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Surabaya, 2005
- Ghazali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2011
- Gunawan, Sudarmanto, *Statistik Terapan Berbasis Komputer Dengan Program IBM SPSS Statistik 19*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2013

Hafidudin, Didin dan Hendri Tanjung, *Manajemen Pemasaran Syariah dalam Praktik*, Jakarta: Gema Insani Inpress, 2003

Harinaldi. *Prinsip-prinsip Statistik untuk Teknik dan Sains*, Jakarta: Erlangga, 2005

Hasan, Ali. *Marketing*, Yogyakarta: MedPressindo, 2008

Hayati, Nur dan Fatmasaris sukesti, 2016, Peningkatan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Melalui Peningkatan Kualitas Layanan Dan Kepuasan Nasabah Dengan Variabel Religiusitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Pada Bank Syariah Di Kota Semarang), *Economica*, VII (2)

<https://www.republika.co.id/berita/ekonomi/syariah-ekonomi/13/06/05/mnwo7k-bi-dorong-pertumbuhan-bank-syariah> di akses pada tanggal 20 Mei 2019

Hurriyati, Ratih. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Bandung: Alfabeta, 2010

Ilham Ahmad Sholihin, *Buku Pintar Ekonomi Syariah*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2010

Ismail. *Perbankan Syariah*, Jakarta: Prenadamedia Group, 2015

Jundiani. *Pengaturan Hukum Perbankan Syariah Di Indonesia*, Malang: Press, 2009

Karim, Adiwarman. *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004

- Kasmir. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, Cet. 6, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002
- Khair, Kamal, Lokesh Gupta dan Shanmugam, *Bala Islamic Banking a Practical Prespective*, Pearson Logman, 2008
- Kristin, Ari. 2012, Analisis Pengaruh Faktor Ekonomi Dan Religiusitas Terhadap Persepsi Supervisor Dan Manajer Mengenai Independensi Dewan Pengawas Syari'ah (Studi Kasus Pada Bank Syari'ah Di Indonesia), *Economica*, II (2)
- Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Indeks, 2008
- Lembaga Pengkajian Kebudayaan Nusantara, *Kamus Besar Ilmu Pengetahuan*, Jakarta: Colo Riwu, 2000
- Lupyadi, Rambat dan A. Hamdani. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat, 2009
- Muhammad, *Lembaga Ekonomi Syariah*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007
- Munawaroh, *Penerapan Nilai-nilai Islam pada Bank Syariah dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus pada Masyarakat Kota Medan)*, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan, 2016
- Musrin, *Sistem Nilai Dan Pandangan Hidup serta Relasinya Dengan Ilmu Pengetahuan*, Jakarta: Wardah, 2004

Nasib, Muhammad, *Kemudahan Dari Allah – Ringkasan Rafsir Ibnu Katsir Jilid 1*, Gema Insani, diakses pada tanggal 16 Mei 2019

Nirwana. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jasa*, Malang: DIOMA, 2004

Pasal 1 ayat 8 Peraturan Bank Indonesia No. 10/16/PBI/2008 tentang bentuk-bentuk Pembiayaan Perbankan Syariah.

Pasal 2 ayat 3 Peraturan Bank Indonesia No. 10/16/PBI/2008 tentang, Pemenuhan Prinsip Syariah Dalam Kegiatan Penghimpunan dan Penyaluran Dana serta Jasa Pelayanan Bank Syariah Dilaksanakan Dengan Memenuhi Ketentuan Pokok Hukum Islam.

Rangkuti, Freddy. *Measuring Customer Satisfaction: Gaining Customer Relationship Strategy Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan & Analisis Kasus PLN-JP*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2002

Remy, Sutan Sjahdeini, *Perbankan Syariah, Produk-produk dan Aspek-aspek Hukumnya*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2014

Siregar, Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Bumi Aksara

Subagyo, Ahmad. *Marketing in Business studi Kasus UMK & LKM*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2010

- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*, Cetakan 16; Bandung: Alfabeta, 2012
- \_\_\_\_\_, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Cet. 28, Bandung: Alfabeta, 2018
- Sukidin dan Mundir. *Metode Penelitian Membimbing Mengantar Kesuksesan Anda dalam dunia Penelitian*, Surabaya: Insan Cendekia, 2005
- Sunyoto, Danang, *Teori Kuesioner & Analisis Data Untuk Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2001
- Tanzeh, Ahmad, *Metodologi Penelitian Praktis*, Yogyakarta: Teras, 2011
- Thamrin, Abdullah dan Tantri Francis, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Pers, 2012
- Thoules, *Pengantar Psikologi Agama*, Jakarta: PT. Grafindo Persada, 1995
- Umam, Khotibul, *Perbankan Syariah, Dasar-dasar Dan Dinamika Perkembangannya Di Indonesia*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2016
- Undang-undang No. 7 Tahun 1992 tentang Perbankan Sebagaimana diubah dengan UU No. 10 Tahun 1998.

Wijaya, Mangun, Menumbuhkan Sikap Religiusitas Anak. Jakarta:  
Gramedia, 1986

## **LAMPIRAN**

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

### **KUESIONER**

#### **PENGARUH RELIGIUSITAS, KUALITAS PELAYANAN, DAN PENERAPAN NILAI ISLAM TERHADAP LOYALITAS NASABAH PT. BNI SYARIAH KANTOR CABANG SEMARANG**

*Assalamualaikum Wr. Wb*

Saya mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Walisongo semester akhir, saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk persyaratan tugas akhir kuliah (skripsi). Saya membutuhkan bantuan Anda untuk menjadi responden dalam penelitian ini dengan mengisi angket ini. Jawaban anda tidak dilihat benar atau salah, dan kerahasiaan jawaban anda terjamin. Sebelumnya saya berterimakasih atas ketersediaan Anda meluangkan waktu untuk mengisi angket ini.

*Wassalamualaikum Wr. Wb*

#### **A. Penjelasan Pengisian**

1. Angket/kuesioner ini bertujuan untuk mengumpulkan data dan sebagai bahan penulisan karya ilmiah, bukan untuk

menilai dalam melakukan pekerjaan, maka jawaban akan dijamin kerahasiaannya.

2. Mohon menjawab dengan jujur sesuai dengan kenyataan yang sebenarnya.
3. Berilah tanda centang ( ✓ ) pada jawaban yang anda anggap paling tepat.
4. Keterangan jawaban pada setiap angket sebagai berikut:  
SS = Sangat Setuju , S = Setuju , CS = Cukup Setuju, TS = Tidak Setuju STS = Sangat Tidak Setuju

#### B. Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
3. Usia :
4. Agama :
5. Pendidikan :
6. Pekerjaan :

#### C. Daftar Pertanyaan

##### 1. Religiusitas (X1)

No	Pernyataan Tentang Religiusitas	Penilaian				
		5	4	3	2	1

		SS	S	CS	TS	STS
1	Nasabah BNI Syariah melaksanakan Sholat lima waktu					
2	Nasabah BNI Syariah dapat melakukan pembayaran zakatnya melalui tabungan yang ada di BNI Syariah					
3	Menabung di BNI Syariah merupakan langkah tepat bagi nasabah muslim					
4	Nasabah BNI syariah percaya bahwa BNI Syariah terhindar dari unsur riba					

## 2. Kualitas Pelayanan

No	Pernyataan Tentang Kualitas Pelayanan	Penilaian				
		5	4	3	2	1
		SS	S	CS	TS	STS
1	Karyawan BNI Syariah memberikan pelayanan yang handal dan bertanggung jawab					

2	Karyawan BNI Syariah membantu nasabah dengan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat					
3	Karyawan BNI Syariah memiliki kemampuan dan pengetahuan yang memadai dalam memberikan pelayanan kepada nasabah					
4	Karyawan BNI Syariah dapat memahami kebutuhan dari nasabah					

### 3. Penerapan Nilai Islam

No	Pernyataan Tentang Kualitas Pelayanan	Penilaian				
		5	4	3	2	1
		SS	S	CS	TS	STS
1	Nasabah BNI Syariah diberikan kebebasan untuk memilih produk perbankan syariah yang sesuai dengan kebutuhannya					
2	Transaksi keuangan antara BNI Syariah dan nasabah menguntungkan kedua belah pihak					

3	Nasabah yang memperoleh pembiayaan dari BNI Syariah telah melakukan pembiayaan sesuai dengan akad					
4	Transaksi keuangan antara BNI Syariah dan nasabah adalah berdasarkan prinsip suka sama suka					
5	Semua hal yang terkait dengan pembiayaan telah dicatat dalam form akad yang dibuat BNI Syariah					

### 5. Loyalitas Nasabah

No	Pernyataan Tentang Kualitas Pelayanan	Penilaian				
		5	4	3	2	1
		SS	S	CS	TS	STS
1	Nasabah melakukan transaksi kembali dengan BNI Syariah					
2	Nasabah menggunakan produk yang sama yang telah ditawarkan oleh BNI Syariah					
3	Nasabah memberikan informasi positif mengenai BNI Syariah kepada orang lain.					

4	Nasabah bersikap setia terhadap BNI Syariah					
---	---------------------------------------------	--	--	--	--	--

Lampiran 2 : Tabulasi Responden

**TABULASI RESPONDEN VARIABEL RELIGIUSITAS (X1)**

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4
4	4	4	4
4	5	4	4
4	3	5	4
4	4	4	4
5	5	5	3
5	4	3	4
4	4	4	5
4	4	3	3
4	4	3	3
3	4	5	4
4	5	4	5
3	3	3	3
5	5	4	4
4	5	5	4
5	4	4	4
3	3	3	3
4	4	4	4
4	4	4	4
3	3	3	3
5	5	4	5
4	4	4	4
2	4	4	2

5	4	4	4
4	4	4	5
4	4	4	3
4	4	3	3
4	4	4	4
3	4	4	4
3	4	3	4
4	4	4	4
4	4	3	5
4	5	4	5
3	3	3	3
3	4	4	3
3	4	4	4
4	4	4	4
4	3	3	3
5	5	5	5
4	4	4	3
3	3	3	3
5	5	5	4
5	5	5	5
4	4	4	4
4	4	4	3
5	4	5	5
4	5	3	4
5	3	4	4
5	4	4	4
5	5	5	5
4	4	4	4
3	3	3	3
4	4	4	4

4	4	5	5
3	3	3	3
4	3	4	4
4	3	4	3
3	4	4	3
3	4	4	4
3	4	4	3
4	4	4	4
4	4	4	3
5	5	5	5
5	3	3	4
5	5	5	5
5	5	5	5
3	4	4	3
5	5	5	4
5	5	5	5
5	5	5	5
2	3	3	3
3	3	3	3
4	4	3	3
4	4	4	4
5	5	5	5
3	4	4	3
5	5	5	4
5	5	5	5
5	5	5	5
3	3	3	3
3	3	3	3
3	3	4	3
3	4	3	3

4	4	4	4
3	3	3	3
5	5	5	5
4	4	4	3
3	3	3	3
5	5	5	4
5	5	5	5
4	4	4	3
4	4	4	3
5	4	5	5
4	5	3	4
5	3	4	4
3	3	3	3
5	5	5	5
4	4	4	4
4	4	5	5

**TABULASI DATA RESPONDEN KUALITAS PELAYANAN  
(X2)**

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4
5	4	5	5
4	4	4	4
5	5	4	4
4	3	3	4
4	4	4	3
4	4	4	4
4	3	5	5
4	3	5	3

4	3	5	3
4	5	5	4
5	3	5	5
5	4	4	4
4	4	4	4
4	5	4	4
4	5	4	4
4	4	4	4
3	3	4	4
3	3	3	4
4	3	3	3
4	5	5	5
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	3
5	5	5	4
4	4	4	4
4	3	4	4
4	4	4	3
5	5	5	5
2	3	3	4
5	5	5	4
2	3	2	3
5	4	4	4
3	3	3	3
5	5	5	5
4	4	4	4
4	4	5	5

4	4	4	3
3	3	3	3
4	4	4	4
5	5	5	5
4	3	4	2
3	3	3	3
5	5	5	5
4	5	4	4
5	4	5	3
4	4	4	4
5	5	5	5
4	4	4	4
4	4	4	4
4	5	5	4
4	4	5	5
4	4	3	3
4	4	4	4
5	5	4	4
3	4	3	4
3	4	3	4
4	3	4	3
5	5	5	4
5	5	5	5
5	5	5	5
3	3	4	3
5	5	5	5
5	5	5	5
4	4	4	4
5	5	5	5
5	5	5	5

5	5	5	5
3	3	3	4
4	4	4	4
5	4	4	3
4	4	5	5
5	5	5	5
5	5	5	5
5	5	5	5
3	3	3	4
4	4	4	4
5	4	4	3
4	4	4	4
3	3	4	4
3	3	3	4
4	3	3	3
4	5	5	5
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	3
5	5	5	4
4	4	4	4
4	3	4	4
4	4	4	3
5	5	5	5
2	3	3	4
5	5	5	4
2	5	2	3
5	4	4	4

**TABULASI DATA RESPONDEN VARIABEL PENERAPAN  
NILAI ISLAM (X3)**

X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	3
5	5	5	5	5
4	4	4	4	4
4	3	4	3	4
4	4	4	4	3
4	4	4	4	3
4	4	4	4	4
5	5	5	5	4
3	5	3	5	5
4	5	4	5	4
5	5	5	5	3
4	5	4	5	4
4	5	4	5	4
5	5	5	5	4
4	5	4	5	5
4	5	4	5	4
4	4	4	4	4
4	4	4	4	3
5	4	4	5	5
4	3	4	4	4
5	3	3	3	4
5	3	4	3	4

4	4	4	4	4
4	4	4	4	4
4	3	4	4	3
5	5	3	4	4
3	3	4	3	4
4	4	4	4	4
4	2	3	2	3
4	4	3	4	4
3	3	3	3	3
5	5	5	5	5
4	3	5	5	5
5	4	5	5	5
3	4	3	4	4
3	3	3	3	3
4	4	5	4	5
5	5	5	5	5
4	4	3	2	4
4	4	3	3	3
5	4	5	5	5
5	4	4	4	4
4	5	5	5	5
5	5	4	5	5
5	5	5	4	4
4	4	4	4	4
4	3	3	4	4
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
5	4	3	3	3
4	4	4	3	4
4	4	4	4	4

3	3	4	4	5
3	3	3	3	5
4	3	3	3	3
5	4	4	4	4
5	4	5	5	5
5	5	5	5	5
3	2	4	4	3
4	4	4	4	4
5	4	4	5	4
4	4	4	4	4
5	4	4	4	4
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
4	4	3	3	3
4	4	3	3	4
4	4	4	4	4
4	4	5	5	5
3	2	4	4	3
4	4	4	4	4
5	4	4	5	4
4	4	4	4	4
5	4	4	4	4
5	5	5	5	5
5	5	5	5	5
4	4	3	3	3
4	4	3	3	4
4	4	4	4	4
3	4	4	4	3
3	3	3	4	3
3	4	3	4	4

4	4	4	4	4
4	4	4	4	5
3	4	4	3	4
5	3	4	4	3
3	4	3	4	4
4	4	4	4	4
2	3	2	3	4
4	3	4	4	5
3	3	3	3	4
5	5	5	5	4
3	5	5	5	3
4	5	5	5	5

**TABULASI DATA RESPONDEN VARIABEL LOYALITAS  
NASABAH (Y)**

Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4
4	4	4	4
4	3	4	2
5	4	4	5
3	3	4	3
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	4
3	3	3	3
4	4	4	2
3	3	3	3
4	4	4	4
2	2	2	2
4	3	4	4
3	4	4	4
3	3	3	3
5	4	4	3
3	3	3	3
4	4	4	2
3	3	4	3
5	5	5	5
4	4	4	4
3	3	4	4
5	5	4	4
3	4	3	3
3	3	3	3
4	4	4	3

4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	3	4
4	4	5	4
2	5	4	3
4	4	4	4
3	4	2	5
5	3	5	3
3	3	3	3
4	4	4	4
4	4	3	3
5	4	4	3
4	3	3	3
3	3	3	3
5	5	5	5
5	5	5	5
4	2	3	2
4	3	4	3
5	4	4	4
4	4	5	4
5	3	4	5
4	4	4	4
4	4	5	4
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	4	3
4	4	4	4
5	5	5	5
4	4	3	3
3	3	4	4
4	4	4	4

4	4	4	4
4	4	5	4
4	3	3	4
4	4	4	4
5	5	5	4
5	5	5	5
3	3	3	3
5	5	5	5
5	5	5	5
4	4	4	4
4	4	4	4
5	5	5	5
5	5	5	5
3	3	3	3
4	4	3	3
3	3	3	3
4	4	3	4
5	5	5	5
4	4	4	4
4	4	4	4
5	5	5	5
5	5	5	5
3	3	3	3
4	4	3	3
3	3	3	3
3	4	4	4
3	3	3	3
5	4	4	3
3	3	3	3
4	4	4	2

3	3	4	3
5	5	5	5
4	4	4	4
3	3	4	4
5	5	4	4
3	4	3	3
3	3	3	3
4	4	4	3
4	4	4	4
4	4	4	4
4	4	3	4
4	4	5	4

### Lampiran 3 : Hasil Uji Validitas Variabel Religiusitas

		Correlations				Religi sitas
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	
X1.1	Pearson Correlation	1	,602**	,629**	,620**	,838**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	98	98	98	98	98
X1.2	Pearson Correlation	,602**	1	,631**	,680**	,854**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	98	98	98	98	98
X1.3	Pearson Correlation	,629**	,631**	1	,643**	,849**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	98	98	98	98	98
X1.4	Pearson Correlation	,620**	,680**	,643**	1	,866**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	98	98	98	98	98
Religiusitas	Pearson Correlation	,838**	,854**	,849**	,866**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	98	98	98	98	98

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Lampiran 4 : Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

		Correlations				Kualitas_Pe layan
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	
X2.1	Pearson Correlation	1	,628**	,771**	,430**	,856**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	98	98	98	98	98
X2.2	Pearson Correlation	,628**	1	,585**	,521**	,823**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	98	98	98	98	98
X2.3	Pearson Correlation	,771**	,585**	1	,596**	,889**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	98	98	98	98	98
X2.4	Pearson Correlation	,430**	,521**	,596**	1	,757**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	98	98	98	98	98
Kualitas_Pe layan	Pearson Correlation	,856**	,823**	,889**	,757**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	98	98	98	98	98

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 5 : Hasil Uji Validitas Penerapan Nilai Islam

**Correlations**

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Penerapan_Nilai_Islam
X3.1	Pearson Correlation	1	,471**	,544**	,428**	,321**	,707**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,001	,000
	N	98	98	98	98	98	98
X3.2	Pearson Correlation	,471**	1	,510**	,652**	,413**	,790**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	98	98	98	98	98	98
X3.3	Pearson Correlation	,544**	,510**	1	,731**	,482**	,839**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	98	98	98	98	98	98
X3.4	Pearson Correlation	,428**	,652**	,731**	1	,517**	,861**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	98	98	98	98	98	98
X3.5	Pearson Correlation	,321**	,413**	,482**	,517**	1	,693**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000	,000		,000
	N	98	98	98	98	98	98

Penerap	Pearson	,707**	,790**	,839**	,861**	,693**	1
an_Nilai	Correlation						
_Islam	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	98	98	98	98	98	98

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Lampiran 6 : Hasil Uji Validitas Loyalitas Nasabah

		Correlations				Loyalitas_
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Nasabah
Y.1	Pearson	1	,671**	,675**	,559**	,852**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)					
N		98	98	98	98	98
Y.2	Pearson	,671**	1	,657**	,653**	,871**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)					
N		98	98	98	98	98
Y.3	Pearson	,675**	,657**	1	,587**	,854**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)					
N		98	98	98	98	98
Y.4	Pearson	,559**	,653**	,587**	1	,830**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)					
N		98	98	98	98	98
Loyalitas_Nasabah	Pearson	,852**	,871**	,854**	,830**	1
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)					
N		98	98	98	98	98

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 7 : Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1, X2, X3, dan Y

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Religiusitas (X1)

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,874	,874	4

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,852	,851	4

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penerapan Nilai Islam (X3)

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,838	,837	5

## Hasil Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Nasabah (Y)

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,872	,874	4

## Lampiran 8 : Hasil Uji Normalitas

### Hasil Uji Normalitas

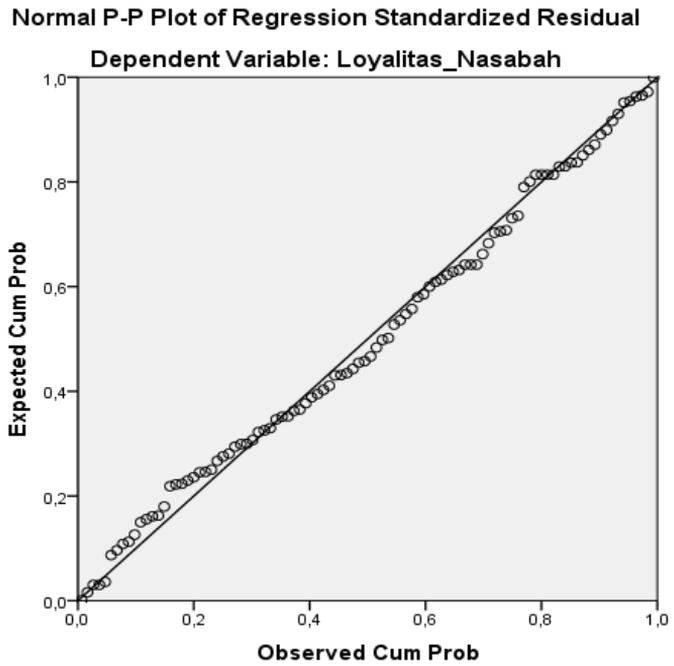
#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		98
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,12173895
Most Extreme Differences	Absolute	,062
	Positive	,050
	Negative	-,062
Test Statistic		,062
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

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

### Grafik



Lampiran 9 : Hasil Uji Multikolinearitas

Hasil Uji Multikolinearitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3,769	1,826		2,065	,042		
Religiusitas	,271	,096	,274	2,814	,006	,748	1,336
Kualitas_Pelayanan	,365	,108	,349	3,365	,001	,661	1,513
Penerapan_Nilai_Islam	,064	,093	,070	,688	,493	,688	1,454

a. Dependent Variable: Loyalitas\_Nasabah

Lampiran 10 : Hasil Uji Heteroskedastisitas

Hasil Uji Heteroskedastisitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,306	1,139		1,147	,254
Religiusitas	,064	,060	,125	1,058	,293
Kualitas_Pelayanan	-,067	,068	-,125	-,996	,322
Penerapan_Nilai_Islam	,021	,058	,044	,356	,722

a. Dependent Variable: ABS\_RES\_1

## Lampiran 11 : Hasil Uji Koefisien Determinasi

### Hasil Uji Koefisien Determinasi

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,575 <sup>a</sup>	,331	,309	2,155

a. Predictors: (Constant), Penerapan\_Nilai\_Islam, Religiusitas, Kualitas\_Pelayanan

b. Dependent Variable: Loyalitas\_Nasabah

### Hasil Uji Regresi Linear Berganda

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,769	1,826		2,065	,042
	Religiusitas	,271	,096	,274	2,814	,006
	Kualitas_Pelayanan	,365	,108	,349	3,365	,001
	Penerapan_Nilai_Islam	,064	,093	,070	,688	,493

a. Dependent Variable: Loyalitas\_Nasabah

Lampiran 12 : Hasil Uji T

Hasil Uji T

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,769	1,826		2,065	,042
	Religiusitas	,271	,096	,274	2,814	,006
	Kualitas_Pelayanan	,365	,108	,349	3,365	,001
	Penerapan_Nilai_Islam	,064	,093	,070	,688	,493

a. Dependent Variable: Loyalitas\_Nasabah

## Lampiran 14 : Hasil Uji F

### Hasil Uji F

#### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	215,828	3	71,943	15,487	,000 <sup>b</sup>
	Residual	436,672	94	4,645		
	Total	652,500	97			

a. Dependent Variable: Loyalitas\_Nasabah

b. Predictors: (Constant), Penerapan\_Nilai\_Islam, Religiusitas, Kualitas\_Pelayanan

## Lampiran 15 : Surat Pengantar Izin Riset



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. Prof. Dr. Hanka Kampus III Ngaliyan telp. (024) 7609454 Semarang 50185  
website : febi.walisongo.ac.id - Email : febi.walisongo@gmail.com

Nomor : B-3152/10.5/D1/TL.00/09/2019 27 September 2019  
Lampiran : --  
Hal : Surat Pengantar Izin Riset

Yth.  
Pimpinan Bank BNI Syariah Cabang Semarang  
Jl. Ahmad Yani Semarang

Di Tempat.

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dengan hormat, kami sampaikan bahwa dalam rangka penyusunan Skripsi untuk mencapai gelar Kesarjanaan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Walisongo Semarang, dengan ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan Izin Riset kepada :

Nama : Nur Fitriatun Khasanah  
NIM/Program/Smt : 1505036016 /S.1 / IX  
Jurusan : Perbankan Syariah  
Alamat : Sawojajar Rt.06 Rw.02 Kec. Wanasari Kab. Brebes  
Tujuan Penelitian : Mencari data untuk penyusunan Skripsi dalam Ilmu Perbankan Syariah Program S.1  
Judul Skripsi : Pengaruh Religiusitas, Kualitas Pelayanan, dan Penerapan Nilai Islam Terhadap Loyalitas Nasabah PT Bank BNI Syariah Kantor Cabang Semarang  
Waktu Research : 09 September 2019 sampai dengan selesai  
Lokasi Penelitian : Bank BNI Syariah Cabang Semarang

Bersama ini kami lampirkan Proposal Penelitian dan Instrumen Pengumpulan Data yang bersangkutan Demikian atas perhatian dan terimakasihnya permohonan ini kami ucapkan banyak terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*



Tembusan :  
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang

## Lampiran 16 : Surat Persetujuan Riset



Semarang, 08 Oktober 2019

No : SMS/01/1452

Lamp. : -

Kepada :  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
Jl. Prof. Dr. HAMKA  
Semarang 50185

Perihal : Persetujuan Permohonan Riset

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

**Surat Saudara Nomor B-3152/10.5/D1/TL.00/09/2019**

Sehubungan dengan surat Saudara tersebut di atas perihal pada pokok surat, dengan ini kami sampaikan bahwa mahasiswa/mahasiswi tersebut di bawah ini :

NO	NAMA	JURUSAN	NIM
1	Nur Fitriatun Khasanah	Perbankan Syariah	1505036016

Dapat melaksanakan kegiatan Riset di PT. Bank BNI Syariah Semarang dan Cabang Pembantu lainnya dengan mentaati peraturan yang berlaku di PT. Bank BNI Syariah Semarang.

Demikian yang dapat kami sampaikan, atas perhatian dan kerja samanya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

PT. Bank BNI Syariah  
Kantor Cabang Semarang

Barno Sudarwanto  
Operational Manager

## Lampiran 17 : Dokumentasi Penelitian





## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### IDENTITAS DIRI

Nama : Nur Fitriatun Khasanah  
Tempat, Tgl Lahir : Brebes, 20 Mei 1996  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Alamat : Desa Sawojajar RT 06 RW 02 Kecamatan  
Wanasari,  
Kabupaten Brebes, Provinsi Jawa Tengah  
Satus : Belum Menikah  
Kewarganegaraan : Indonesia  
No. Hp : 08  
Email : [Fitriatunchasanah20@gmail.com](mailto:Fitriatunchasanah20@gmail.com)



### PENDIDIKAN

1. TK : TK Muslimat Nu Sawojajar
2. MI : MI Islamiyah Sawojajar
3. MTs : MTs Ma'arif NU 7 Sawojajar
4. SMK : SMK Al-Hikmah 1 Bumiayu
5. S1 : Universitas Islam Negeri Walisongo  
Semarang

### LATAR BELAKANG KELUARGA

1. AYAH : Ahmad Royani  
Tempat, Tanggal Lahir : Brebes, 01 Januari 1971  
Pekerjaan : Wiraswasta
2. Ibu : Khufrotun Khasanah  
Tempat, Tanggal Lahir : Brebes, 22 Juli 1973  
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
3. Adik : Ahmad Roenaldi Subekti  
Tempat, Tanggal Lahir : Brebes, 02 November 2002  
Pekerjaan : Pelajar
4. Adik : Muhawwin Darul Azka  
Tempat, Tanggal Lahir : Brebes, 24 Mei 2012  
Pekerjaan : Pelajar