

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN NASABAH  
TERHADAP LOYALITAS NASABAH PADA BANK SYARIAH INDONESIA**

**(Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia KC Kudus )**

**SKRIPSI**

Disusun Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat

Guna Memperoleh Gelar Strata S1

Dalam Ilmu Perbankan Syariah



*Disusun Oleh :*

**NOVIA ALVIONIKA**

**NIM. 1805036121**

**S1 PERBANKAN SYARIAH**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG**

**2022**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS SYARIAH

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus Ngaliyam Semarang Telp/Fax (024) 7624691 Semarang 50185  
Website : febi.walisongo.ac.id Email : febi@walisongo.ac.id

---

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Lampiran : 4 Eksemplar

Hal : Naskah Skripsi

A.n Sdri Novia Alvionika

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Walisongo Semarang

*Assalamu'alaikum wr.wb*

Setelah kami melakukan bimbingan, koreksi dan mengadakan perbaikan sebagaimana mestinya, bersama ini kami kirim naskah skripsi saudara:

Nama : Novia Alvionika

NIM : 1805036121

Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Judul : **Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah ( Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia KC Kudus)**

Dengan ini kami mohon kiranya skripsi saudara tersebut dapat segera diujikan dalam sidang munaqosah. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamualaikum wr.wb*

Semarang, 19 Juli 2022

**Pembimbing I**

**Prof. Dr. H. Mujiyono, MA.**

**NIP. 19590215 198503 1 005**

**Pembimbing II**

**Septiana Na'afi, S.H.I., M.S.I**

**NIP. 198909242019032018**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS SYARIAH

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus Ngalyan Semarang Telp/Fax (024) 7624691 Semarang 50185  
Website : febi.walisongo.ac.id – Email : febi@walisongo.ac.id

PENGESAHAN

Nama : Novia Alvionika  
NIM : 1805036121  
Jurusan : S1 Perbankan Syariah  
Judul : Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah ( Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia KC Kudus)

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

09 September 2022

Dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar sarjana strata 1 tahun akademik 2022/2023

Semarang, 26 September 2022

Ketua Sidang

Dr. Ali Murtadho, M.Ag.  
NIP. 19710830 199803 1 003

Sekretaris Sidang

Septiana Na'afi, M.Si.  
NIP.198909242019032018

Penguji I

Warno, S.E., M.Si  
NIP. 19830721 201503 1 002

Penguji II

Nurudin, S.E., M.M.  
NIP. 19900523 201503 1 004

Pembimbing I

Prof. Dr. Mujiyono, MA.  
NIP. 19590215 198503 1 005



Pembimbing II

Septiana Na'afi, M.Si.  
NIP.198909242019032018

**MOTTO**

الْبَسْمَةُ أَسْهَرُ التَّسْوِيقِ

**SMILE IS A MAGICAL BREATHEAS OF MARKETING**

**“SENYUM ITU PESONA HEBAT DALAM PEMASARAN”**

**By. Prof. Dr. H. Mujiyono Abdillah, MA.**

## PERSEMBAHAN

Saya persembahkan karya sederhana ini untuk kedua orang tua saya yaitu beliau bapak Priantho dan ibu Kusriyati yang tidak pernah lelah untuk selalu membimbing, menafkahi, mengasahi, serta bertanggung jawab dalam menjaga keluarga. Karya sederhana ini saya persembahkan sebagai bentuk hadiah untuk sedikit balasan yang dapat saya berikan. Semoga Allah Swt memberikan balasan yang setimpal untuk ibu dan bapak yaitu surga-Nya.

*Terimakasih banyak untuk Ibu dan Bapak.*

*Banyak hal berharga yang telah kalian ajarkan kepadaku sehingga aku bisa sampai di titik ini.*

*Banyak cerita dan makna kehidupan yang rangkaiannya menguatkan langkahku selalu. Satu-persatu kewajiban telah kalian tunaikan untuk menyayangi dan mengasahi anakmu ini. Tak bisa kubalas semua jasa-jasa kalian. Aku akan selalu berdoa agar kalian mendapat kebahagiaan dan surga-Nya kelak.*

## DEKLARASI

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, dengan ini penulis menyatakan bahwa skripsi yang telah diselesaikan dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia ( Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia KC Kudus) ” benar-benar karya penulis dan tidak sama sekali berisi materi tulisan orang lain ataupun pemikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan sebagai rujukan yang dilakukan sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku.

Semarang, 26 September 2022

Deklarator,

**Novia Alvionika,**  
**1805036121**

## ABSTRAK

Perbankan Syariah di Indonesia banyak mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Hal ini tentu harus diikuti dengan meningkatnya kualitas pelayanan dan kuantitas agar masyarakat yakin untuk menabung di bank syariah. Oleh karena itu, penulis mengangkat judul “ Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia KC Kudus)”.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji bagaimana kesetiaan nasabah kepada bank syariah apabila Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah benar-benar diterapkan pada bank syariah supaya bank syariah memiliki banyak nasabah yang loyal. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan data kuesioner dan studi kepustakaan. Objek dari penelitian ini adalah Bank Syariah Indonesia KC Kudus. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda dengan menggunakan alat pengujian hipotesis berupa SPSS versi 20.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah secara bersama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia KC Kudus. Meskipun kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan jika diuji secara parsial akan tetapi jika diuji bersama variabel kepuasan nasabah maka akan menjadi signifikan terhadap loyalitas nasabah. Kualitas pelayanan pada suatu lembaga jasa keuangan memang penting begitu pula dengan kepuasan nasabah.

**Kata Kunci : Bank Syariah, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah, dan Loyalitas Nasabah.**

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil alamin, penulis panjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT, atas rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia ( Studi Kasus Pada Nasabah bank Syariah Indonesia KC Kudus)” dengan baik. Sholawat dan salam kita haturkan pada nabi Muhammad SAW, semoga kita diakui sebagai umatnya dan mendapat syafaatnya di hari akhir nanti. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan, namun berkat bimbingan, dorongan, serta arahan dari berbagai pihak, maka kekurangan tersebut bisa dilalui oleh penulis.

Tujuan dari penulisan skripsi ini yaitu untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S.1) dalam program studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang. Dalam hal ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Imam Taufiq, M.Ag. selaku Rektor UIN Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H. Muhammad Saifullah, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.
3. Ibu Heny Yuningrum, SE., M.Si. selaku ketua prodi S1 Perbankan Syariah.
4. Bapak Prof. Dr. H. Mujiyono, MA. selaku Pembimbing I dan Ibu Septiana Na’afi, M.Si. selaku Pembimbing II, yang telah membimbing dan memberikan saran serta motivasi dalam proses penulisan skripsi ini.
5. Dosen, Karyawan, dan Civitas Akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang yang telah memberi ilmu, pengetahuan, dan motivasi sehingga penulis mampu menyelesaikan penulisan skripsi ini.
6. Ibu Irma Istiariani, SE., M.Si. selaku wali dosen yang sudah membantu penulis selama menjalani perkuliahan di UIN Walisongo Semarang.

Semoga untuk semua bantuan yang sudah diberikan kepada penulis mendapat balasan dari Allah SWT. Penulis berharap semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi pembaca serta dapat dijadikan referensi bagi peneliti-peneliti selanjutnya.

Semarang, 26 September 2022

Penulis,

**Novia Alvionika**  
**1805036121**



## DAFTAR ISI

<b>JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>DEKLARASI</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	10
1.3. Tujuan Penelitian.....	11
1.4. Manfaat Penelitian.....	11
1.5. Sistematika Penulisan.....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>13</b>
2.1. Bank Syariah.....	13
2.2. Tentang Bank Syariah Indonesia.....	14
2.3. Kualitas Pelayanan.....	15
2.4. Kepuasan Nasabah.....	26

2.5. Loyalitas Nasabah.....	19
2.6. Hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Nasabah.....	33
2.7. Hubungan antara Kepuasan Nasabah dengan Loyalitas Nasabah.....	33
2.8. Hasil Penelitian Terdahulu.....	34
2.9. Kerangka Pemikiran Teoritik.....	40
2.10. Hipotesis.....	41
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>43</b>
3.1. Jenis dan Sumber Data.....	43
3.2. Lokasi dan Ruang Lingkup Penelitian.....	43
3.3. Populasi dan Sampel.....	44
3.4. Teknik pengumpulan Data.....	44
3.5. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	45
3.6. Teknik Analisis Data.....	48
<b>BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>55</b>
4.1. Sejarah Singkat.....	55
4.2. Visi dan Misi.....	56
4.3. Deskripsi Hasil Penelitian.....	56
4.4. Analisis dan Data Pembahasan.....	56
4.5. Pembahasan Hasil Analisis Data.....	63
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>73</b>
5.1. Kesimpulan.....	73
5.2. Saran.....	73
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>75</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>79</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.1 Data Pertumbuhan Aset Perbankan Syariah Dan Perbankan Konvensional.....</b>	<b>2</b>
<b>Tabel 1.2 Data Statistika Perbankan Syariah.....</b>	<b>3</b>
<b>Tabel 1.3 Data Laporan Kualitas Pelayanan Dan Jumlah Presentase.....</b>	<b>5</b>
<b>Tabel 2.1 Data Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>34</b>
<b>Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....</b>	<b>57</b>
<b>Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia.....</b>	<b>57</b>
<b>Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....</b>	<b>58</b>
<b>Tabel 4.4 Uji Validitas Kualitas Pelayanan.....</b>	<b>58</b>
<b>Tabel 4.5 Uji Validitas Kepuasan Nasabah.....</b>	<b>59</b>
<b>Tabel 4.6 Uji Validitas Loyalitas Nasabah.....</b>	<b>59</b>
<b>Tabel 4.7 Uji Reliabilitas.....</b>	<b>60</b>
<b>Tabel 4.8 Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov.....</b>	<b>61</b>
<b>Tabel 4.9 Uji Multikolinearitas.....</b>	<b>63</b>
<b>Tabel 4.10 Analisis Regresi Linier Berganda.....</b>	<b>64</b>
<b>Tabel 4.11 Uji t Parsial.....</b>	<b>65</b>
<b>Tabel 4.12 Uji F Simultan.....</b>	<b>66</b>
<b>Tabel 4.13 Uji Koefisien Determinasi.....</b>	<b>69</b>
<b>Tabel 4.14 Kesimpulan Hasil Hipotesis.....</b>	<b>72</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritik.....</b>	<b>40</b>
<b>Gambar 4.1 Uji Normalitas Histogram.....</b>	<b>62</b>
<b>Gambar 4.2 Uji Normalitas P-Plot.....</b>	<b>62</b>

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Perusahaan jasa terutama keuangan di masa sekarang banyak yang berlomba-lomba menciptakan kepuasan pelanggan supaya mendapat perhatian dari pelanggan dan loyalitas dari pelanggan. Kepuasan konsumen mempunyai kontribusi sangat penting dalam keberhasilan dari perusahaan supaya bisa bersaing. Dari pandangan konsumen, masukan dan hak bagi konsumen yang tidak dianggap terkait pada servis yang berjalan lama dan tidak sesuai serta rendahnya mutu barang dan jasa. Perbedaan dari angan dengan realita yang didapat konsumen apabila tidak diatasi secara terstruktur oleh perusahaan akan menjadi perkara serius bagi perusahaan tersebut.<sup>1</sup>

Perbankan syariah sebagai lembaga jasa keuangan kini mulai tumbuh dan semakin dikenal masyarakat. Perbankan Syariah mulai mendapat perhatian masyarakat karena berkaitan dengan kepentingan masyarakat muslim tentang pentingnya perbankan berlandaskan Al-Qur'an dan Hadist. Kesadaran masyarakat muslim semakin tinggi untuk mencari lembaga perbankan yang secara akad dan muamalah tidak mengandung unsur riba. Meskipun demikian, perkembangan perbankan syariah tentu masih belum memuaskan jika dibandingkan dengan perkembangan perbankan konvensional sebagai pengelola jasa keuangan di Indonesia.

Pertumbuhan rendah dari pangsa pasar perbankan syariah tentu disebabkan oleh beberapa faktor salah satunya yaitu rendahnya loyalitas pelanggan dan tingkat kepuasan nasabah kepada perbankan syariah. Faktor lainnya yaitu tempat transaksi yang masih minim seperti kantor cabang dan ATM. Hal ini secara berkepanjangan menjadi masalah bagi bank syariah. Jika tidak diatasi segera maka akan sulit mengejar pangsa pasar dari bank konvensional. Perbankan syariah juga sebagai penyedia jasa keuangan harus lebih memperhatikan tingkat kepuasan pelanggan secara optimal dan menyeluruh. Karena pada nyatanya, banyak masyarakat yang semakin tertarik untuk mengetahui dan menggunakan jasa perbankan syariah.

Di berbagai negara dengan penduduk mayoritas muslim juga sudah diterapkan sistem perbankan syariah secara menyeluruh. Berdasarkan data konkret, 1,2 miliar penduduk dunia

---

<sup>1</sup> Aldia Rilas, Mayroza Wiska dan Fenisi Resty, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Oto Bank Nagari Cabang Koto Baru (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Dharmas Indonesia)", Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta, Vol.17 (2022), hlm. 93.

adalah umat islam yang mempunyai GDP lebih dari 1,3 triliun dollar AS sehingga berpotensi besar dengan didirikannya perbankan syariah.<sup>2</sup>

Data dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menunjukkan jika pertumbuhan bank syariah lebih masif dibandingkan dengan bank konvensional. Hal ini bisa dilihat melalui data milik Otoritas Jasa Keuangan (OJK) berupa perbandingan pertumbuhan aset dari perbankan syariah dan perbankan konvensional dari tahun 2019-2021: <sup>3</sup>

**Tabel 1.1**  
**Data OJK Aset Perbankan Syariah dan Perbankan Konvensional 2019-2021**

Tahun	Bank Syariah	Bank Konvensional
2019	9,93%	5,97%
2020	9,22%	4,98%
2021	15,8%	8,07%

Sumber : [www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id)

Menurut data diatas, aset perbankan syariah tumbuh secara signifikan dan konsisten dibandingkan dengan perbankan konvensional yang sempat anjlok, hal ini tentu di sebabkan oleh beberapa faktor salah satunya pada tahun 2020 terjadi pandemi covid-19 yang mengguncang perekonomian diberbagai dunia termasuk Indonesia. Hal ini tentu dikarenakan karena sistem akad dan muamalah di perbankan syariah yang bisa menyesuaikan dengan kondisi darurat pandemi. Akan tetapi meskipun perbankan syariah mampu bertahan disaat darurat, tidak semua negara muslim bisa mengganti sistem perbankan di negaranya menjadi perbankan syariah secara total. Hal ini dikarenakan sistem perbankan konvensional sudah mengakar kuat pada banyak tempat. Menurut Otoritas Jasa Keuangan, aturan yang mengatur tentang Perbankan Syariah di Indonesia adalah Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 yang berbunyi “Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah”.<sup>4</sup>

---

<sup>2</sup> Skha Consulting, “Potensi Peran Bank Indonesia Dalam Pengembangan Industri Perbankan Syariah Nasional”, (Jakarta : 2001).

<sup>3</sup> Statistika Perbankan Syariah, <https://www.ojk.go.id>, (diakses pada 10 Januari 2022 pukul 16.30 wib).

<sup>4</sup> Undang-undang No.21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.

Menurut data statistik Otoritas Jasa Keuangan (OJK), perbankan syariah di Indonesia diterima baik oleh masyarakat sehingga berkembang pesat. Perkembangan ini meliputi Bank Umum Syariah (BUS), Unit Usaha Syariah (UUS), dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS). Bisa dilihat melalui data OJK sampai pada bulan Juni 2021, total Bank Umum Syariah mencapai 12 unit, Bank Pembiayaan Rakyat Syariah mencapai 163 unit, dan Unit Usaha Syariah mencapai 20 unit. Data tersebut berupa jumlah nama bank syariah dan jumlah kantor yang telah terdaftar di OJK .

**Tabel 1.2**  
**Data OJK Statistik Perbankan Syariah**

Keterangan	2018	2019	2020	2021
<b>Bank Umum Syariah</b>	14	14	14	12
<b>Unit Usaha Syariah</b>	20	20	20	20
<b>Bank Pembiayaan Rakyat Syariah</b>	167	164	163	163
<b>Jumlah Kantor</b>	2724	2917	3053	3061

Sumber : [www.ojk.go.id](http://www.ojk.go.id)

Data pada tabel tersebut menggambarkan bahwa BUS berada pada jumlah 14 dari tahun 2018-2020 akan tetapi pada awal tahun 2021, BUS mengalami penurunan jumlah dikarenakan adanya merger tiga bank syariah besar yakni BRISyariah, Bank Syariah Mandiri, dan BNI Syariah menjadi Bank Syariah Indonesia atau BSI. Sedangkan jumlah kantor naik dari tahun ke tahun yang mana hal ini membuktikan bahwa bank syariah semakin dikenal luas oleh masyarakat. UUS dan BPRS tetap pada posisinya dari tahun ke tahun. Bank syariah yang melakukan aksi korporasi tentunya memerlukan kreasi produk, kemajuan layanan, serta kemajuan jaringan supaya menunjukkan kenaikan secara positif kedepannya.

Bank Syariah Indonesia sendiri secara resmi digabungkan pada tanggal 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H. Proses merger ini dilakukan untuk menyatukan keunggulan produk satu sama lain dan melengkapi kekurangan satu sama lain dari tiga bank syariah itu sehingga melengkapi layanan yang telah ada, ruang lingkup lebih luas, juga menyimpan kesanggupan dalam permodalan yang lebih baik. Di dukung penuh oleh perusahaan induk (Mandiri, BNI, BRI) beserta support otoritas dari pemerintah dari

Kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia didorong supaya bisa berlomba-lomba di tingkat global. Proses merger ini juga merupakan daya upaya untuk mengedepankan bank syariah kebanggaan umat islam yang diharap bisa jadi kekuatan baru modernisasi ekonomi Indonesia agar turut berkontribusi bagi khalayak luas. Karakter dari perbankan syariah di Indonesia semakin menonjol dengan berdirinya Bank Syariah Indonesia yakni lebih terstruktur, rapi, dan memberikan masalah bagi kepentingan masyarakat serta menjadi lebih modern dan teknologinya semakin berkembang.<sup>5</sup>

Modal gabungan Bank Syariah Indonesia berasal dari tiga bank induk, kemudian dijadikan satu yakni dari: PT Bank Mandiri (Persero) Tbk = 50.83 %, PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk = 24.85%, PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk = 17.25%, sisanya dimiliki oleh masyarakat umum dari pemegang saham. Tentu dengan merger ini, produk individu dari BSI menjadi semakin banyak dan variatif antara lain yakni Bisnis, Emas, Haji Umroh, Investasi, KPR, Pembiayaan, Prioritas, Tabungan, dan Transaksi. Kemudian produk untuk perusahaan antara lain *Cash Management*, Simpanan, Pembiayaan, *Treasury*, *Trade finance*.<sup>6</sup>

Pada penelitian ini, peneliti fokus pada hal-hal yang dapat diobservasi lebih banyak yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah yang meliputi fasilitas kantor, keramahan pegawai, sarana dan prasarana kantor, kecepatan dan tanggapan pegawai kepada nasabah. Berbagai bentuk ciri khas islami juga disorot dalam bentuk berbagai sarana islami dan fasilitas islami. Berikut adalah data dari penelitian terdahulu yang berisi laporan kualitas pelayanan pada bank syariah :

---

<sup>5</sup> <https://www.bankbsi.co.id/sejarah/bsi-mobile>, (diakses pada 06 November 2021 pukul 19.35 wib).

<sup>6</sup> <https://www.bankbsi.co.id>, (diakses tanggal 15 April pukul 13.15 wib).



**Tabel 1.3**  
**Data Laporan Kualitas Pelayanan dan**  
**Indikator Jumlah Persentase**

Indikator	Jumlah			Presentase		
	2016	2017	2018	2016	2017	2018
<b>Pendingin Ruangan, Kursi, Ruang Tunggu</b>	25	22	26	17,73%	12,42%	16,25%
<b>Jumlah Karyawan Frontliner Sedikit</b>	26	29	24	18,43%	16,38%	15%
<b>Penanganan Masalah Nasabah Lambat</b>	39	45	32	27,66%	25,42%	20%
<b>Kepuasan Nasabah Belum Baik</b>	31	47	27	21,98%	26,55%	16,7%
<b>Sopan santun pegawai kurang</b>	20	34	31	14,18%	19,20%	19,37%
<b>Total</b>	141	177	160	100%	100%	100%

Sumber : Data sekunder

Pada tahun 2016 ada sebanyak 141 nasabah yang menuliskan kritik, sedangkan pada tahun 2017 tercatat 177 nasabah memberi kritik sedangkan pada tahun 2018 terdapat 160 nasabah yang memberi kritik. Dari kurun waktu 2016-2018 , tahun 2017 menjadi tahun yang mencapai kritik tertinggi. Bank syariah hendaknya melakukan perbaikan pada bidang ini agar bank syariah bisa lebih mendapat perhatian dan mendapat lebih banyak umpan balik yang positif dari nasabah. Terciptanya kualitas pelayanan yang baik dan terukur didalam suatu perbankan, maka akan membuat para nasabahnya menjadi puas. Setelah para nasabah suka dan puas dengan barang dan layanan dari bank syariah yang telah diterimanya, maka setelahnya nasabah akan membandingkan servis dan juga sarana yang diberikan dan nasabah pasti akan bertransaksi lagi ke tempat yang sama. Karena itulah, tiap perusahaan bidang jasa

harus membuat rencana beserta alur sistem sarananya dan bentuk pelayanan menjadi seefektif mungkin sehingga pelayanan bisa tetap menyenangkan bagi semua konsumen.<sup>7</sup>

Setelah keputusan merger 3 bank syariah menjadi Bank Syariah Indonesia ini, BSI membuktikan eksistensinya tumbuh pesat dan semakin besar. Dengan pertumbuhan Bank Syariah Indonesia yang semakin pesat maka pihak BSI juga harus semakin meningkatkan kualitas pelayanan baik dalam segi pengelolaan sistem perbankan syariah maupun sarana dan prasarana kantor, mengingat pesaing perbankan syariah bukan hanya bank syariah lain akan tetapi juga perbankan konvensional telah tumbuh lebih dulu. Perbankan konvensional juga selalu meningkatkan kualitas pelayanan secara gencar agar menjadi lebih baik dari lainnya.

Pelanggan akan kembali membeli produk dan jasa jika ada kecocokan dalam segi baik buruknya pelayanan yang telah didapatkan. Penyelenggara kualitas layanan harus melakukan sesuatu untuk mendapatkan hati pelanggan dengan harapan pelanggan terwujud sebagai tujuan dengan cara yang sistematis. Dalam mengukur kualitas pelayanan terdapat lima poin yang bisa dipakai sebagai tolak ukur yaitu *Tangible* (Bukti Fisik), *Reliability* (Keandalan), *Responsiveness* (Daya Tanggap), *Assurance* (Jaminan), *Emphaty* (Kepedulian).<sup>8</sup> Jika indikator kualitas pelayanan tersebut sudah dipenuhi oleh perusahaan, maka kualitas pelayanan secara garis besar sudah dianggap sesuai. Kualitas pelayanan suatu perbankan syariah bisa diukur dengan mengobservasi segala hal yang berkaitan dengan bank syariah tersebut.

Selain kualitas pelayanan dalam perbankan syariah, hal lain yang berkaitan dengan realita kehidupan sehari-hari sebagai konsumen perbankan syariah yakni kepuasan nasabah yang memiliki tujuan supaya nasabah loyal kepada bank syariah. Loyalitas pelanggan merupakan suatu harapan terbesar oleh setiap tempat usaha, terutama tempat usaha dibidang jasa seperti perbankan. Semakin tinggi tingkat keloyalatan pelanggan dapat menandakan kesuksesan dari perusahaan tersebut. Loyalitas konsumen bisa dimaknai sebagai rasa keinginan dari konsumen untuk memperoleh kembali sesuatu produk atau jasa dan tidak berpikir untuk beralih ke tempat usaha lain.<sup>9</sup> Opini ini selaras dengan penelitian Porral & Lang yang membuktikan jika konsumen yang menyukai suatu produk maka akan terus-menerus ingin mendapatkan lagi produk yang sama suatu hari nanti. Bisa dikatakan secara

---

<sup>7</sup> Nurmin Arianto dan Yulia Krismania Nirwana, "Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Simpanan Sebagai Variabel Intervening", Jurnal Manajemen dan Bisnis Equilibrium, Jurnal Vol. 7 No. 2 (2021), hlm 202-216.

<sup>8</sup> Fandy Tjiptono, "Pemasaran Jasa", (Yogyakarta: Andi, 2014).

<sup>9</sup> Oliver. R. L, "Whence consumer loyalty?", Journal of Marketing, (1999), hlm 63.

tidak langsung, loyalitas pelanggan dapat membuat pelanggan setia pada sebuah perusahaan.<sup>10</sup>

Pada Bank Syariah Indonesia KC Kudus A. Yani 1 masih minim penelitian mengenai kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. Hal ini berarti masih diperlukannya penelitian secara lebih mendalam mengenai hal tersebut. Menurut pengalaman pra-riset yang penulis lakukan sebagai nasabah dari Bank Syariah Indonesia KC Kudus, penulis menemukan beberapa keluhan tentang kualitas pelayanan BSI KC Kudus yang menurun. Keluhan ini disampaikan sebagian nasabah yang menyebabkan mereka menjadi malas untuk datang bertransaksi di BSI KC Kudus.

Menurut data dari kritik, ulasan, serta rating Bank Syariah Indonesia KC Kudus, banyak komplain yang diberikan oleh nasabah terkait dengan rendahnya tingkat kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Kudus. Ada berbagai keluhan seperti pegawai yang tidak baik dalam bersikap, tidak ramah, tidak beretika sesuai standar pelayanan lembaga jasa keuangan, pelayanan lama dan mengecewakan secara garis besar. Manajemen dari Bank Syariah Indonesia KC Kudus juga dinilai lambat dalam menangani berbagai keluhan ini dan mengubahnya menjadi lebih baik.

Oleh karena itu, penulis berpikir untuk melakukan penelitian secara menyeluruh untuk mengetahui bagaimana nasabah secara objektif menilai kualitas pelayanan pada nasabah BSI KC Kudus. Penelitian ini juga untuk mengetahui loyalitas nasabah terhadap BSI KC Kudus. Dikarenakan adanya perbedaan pelanggan dalam mencapai kepuasan hati, maka diciptakan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan secara terus-menerus dengan berbagai pelayanan yang menyenangkan. Perbankan syariah dituntut semakin kreatif dan memiliki pelayanan yang baik dan produk yang menguntungkan nasabah.

Menurut beberapa sumber penelitian terdahulu salah satunya menurut penelitian Muhammad Zakiy dan Evrita Putri Azzahroh (2017) dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening” menghasilkan penelitian yang menguraikan jika kepuasan nasabah bisa menjembatani semua pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah.<sup>11</sup> Arti penelitian ini yaitu variabel kepuasan nasabah bisa dijadikan variabel tolak ukur loyalitas seorang nasabah.

---

<sup>10</sup> Porral, C. C., & Lang, M. F, Private labels, “The role of manufacturer identification, brand loyalty and image on purchase intention”, *British Food Journal*, (2015), hlm 506.

<sup>11</sup> Muhammad Zakiy dan Evrita Putri Azzahroh, “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening”,(2017), hlm 10.

Sedangkan menurut penelitian Fajar Fuadhi (2020) dengan judul “Pengaruh E-Banking, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening”, menghasilkan tentang bagaimana variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap loyalitas, variabel Kualitas Produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah, variabel Kepuasan Nasabah berpengaruh secara positif akan tetapi tidak signifikan terhadap Loyalitas Nasabah, variabel Kepuasan Nasabah tidak bisa memediasi Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah.

Dalam penelitian Jaka Atmaja (2018) dalam penelitian berjudul “Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB”, Dari hasil penelitian bisa diuraikan jika variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah berpengaruh secara kuat terhadap Loyalitas Nasabah.<sup>12</sup>

Sedangkan Menurut penelitian Ike Yama Agustina, Eko Budi Satoto, dan Ni Nyoman Putu Martini yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Syariah Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada PT BTPN Syariah Tbk. Area Genteng-Banyuwangi)”, memiliki hasil analisis data menunjukkan bahwa: Variabel kualitas layanan syariah berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, Kepercayaan nasabah berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, Kualitas layanan syariah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, Kepercayaan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, Kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, Secara tidak langsung kualitas layanan syariah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah, Secara tidak langsung kepercayaan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah.<sup>13</sup>

Menurut penelitian Taufiq Risal (2019) tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Bmt Kampoeng Syariah”, menunjukkan hasil penelitian bahwa : Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan, kesamaan hipotesis ketiga variabel kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan terhadap pelanggan variabel loyalitas menunjukkan

---

<sup>12</sup> Jaka Atmaja, “Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB”, *Jurnal Ecodemica*, Vol. 2 No. 1 (April 2018).

<sup>13</sup> Ike Yama Agustina, Eko Budi Satoto dan Ni Nyoman Putu Martini, “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Syariah Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada PT BTPN Syariah Tbk. Area Genteng-Banyuwangi)”, *Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember*.

bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dalam menguji efek langsung dan tidak langsung, kualitas layanan variabel terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan menunjukkan bahwa kepuasan dapat memediasi hubungan antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dengan hasil positif.<sup>14</sup>

Menurut jurnal *Ekonomika Syariah* oleh Nasfi, Rahmad, dan Sabri dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah” mempunyai hasil berupa *Tangibles* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, Pengaruh Kualitas Pelayanan bertanda positif, menunjukkan bahwa dengan peningkatan *tangibles* akan meningkatkan kepuasan, *Empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dan bertanda positif, menunjukkan peningkatan *empathy* akan meningkatkan kepuasan nasabah, *reliability* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah, dan bertanda positif menunjukkan peningkatan *reliability* meningkatkan kepuasan nasabah, *Responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dan bertanda positif, menunjukkan peningkatan *responsiveness* meningkatkan kepuasan nasabah, *Assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dan bertanda positif, menunjukkan peningkatan *Assurance* meningkatkan kepuasan nasabah.<sup>15</sup>

Menurut penelitian Sofia Alfa Suryaningtyas (2021) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Islami, dan Brand Image Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening” (Studi pada Bank Syariah Indonesia KC Semarang)” mengatakan penelitian ini memiliki hasil penelitian yang menunjukkan bahwa variabel: 1) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah; 2) kualitas pelayanan islami berpengaruh negatif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah; 3) brand image berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah; 4) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah; 5) kualitas pelayanan islami berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah; 6) brand image berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah; 7) kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah; 8) kualitas produk berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah; 9) Kualitas pelayanan islami berpengaruh positif

---

<sup>14</sup> Taufiq Risal, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Bmt Kampoeng Syariah”, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Potensi Utama.

<sup>15</sup> Nasfi Rahmad dan Sabri, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah”, *Ekonomika Syariah: Journal of Economic Studies*, Vol. 4 No. 1, (Januari-Juni 2020).

terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah; 10) Brand image berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah.<sup>16</sup>

Dari berbagai referensi penelitian sebelumnya, peneliti menemukan *gap* beberapa hasil penelitian yang berbeda. Hal ini menjadikan penelitian sebelumnya masih bisa dikembangkan lagi dengan variabel penelitian yang sama akan tetapi di terapkan kepada tempat penelitian yang berbeda. Variabel yang dipilih penulis adalah kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah sebagai variabel bebas dan loyalitas nasabah sebagai variabel terikat yang mana variabel tersebut perlu perbaruan penelitian secara terus-menerus. Kualitas Pelayanan yang diberikan jasa keuangan sangat amat mendapat sorotan dari nasabah, begitu pula kepuasan nasabah yang menjadi faktor penting apakah nasabah layak bertahan menggunakan jasa keuangan tersebut atau pindah ke jasa keuangan yang lain. Untuk sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jasa dalam hal ini merupakan jasa keuangan, loyalitas dari pelanggan merupakan hal yang sangat penting dan tidak tergantikan.

Untuk tempat penelitian yang akan penulis pilih yakni Bank Syariah Indonesia yang mana notabene bank merger yang pasti ada beberapa sistem yang berubah meskipun memang secara keseluruhan masih sama. Efek perubahan nama menjadi Bank Syariah Indonesia juga membuat semakin banyak masyarakat yang melirik dan tertarik. Oleh karena itu penulis ingin mencari data terbaru dari nasabah Bank Syariah Indonesia.

Oleh karena adanya *research gap* perbedaan hasil dari penelitian diatas, maka penulis mempertimbangkan untuk mengangkat tema dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia KC Kudus)” dengan tujuan untuk melengkapi penelitian terdahulu dan memperbarui data penelitian terdahulu dengan data penelitian saat ini agar menjadi sumber terbaru yang dikumpulkan dari Bank Syariah Indonesia KC Kudus .

## **1.2. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia ?
2. Bagaimana Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia ?

---

<sup>16</sup> Sofia Alfa Suryaningtyas, “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Islami, dan Brand Image Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening” (Studi pada Bank Syariah Indonesia KC Semarang)”, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Salatiga, 2021.

3. Bagaimana Tingkat Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia ?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

1. Untuk Menganalisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia.
2. Untuk Menganalisis Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia .
3. Untuk Menganalisis Tingkat Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

#### **1. Manfaat Riil**

- a. Untuk Bank Syariah Indonesia KC Kudus, hasil dari penelitian ini semoga nantinya bisa dijadikan bahan masukan dan informasi yang dapat membantu dalam manajemen Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Kudus dalam upaya menambah kualitas dari pelayanan dan tingkat kepuasan pada nasabah bank dan diharapkan bisa digunakan sebagai bahan untuk pertimbangan bagi bank syariah lain untuk menilai loyalitas nasabah serta sebagai alat ukur untuk meningkatkan kinerja seluruh staf, instrument, sarana dan prasarananya.
- b. Bagi Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, sebagai bentuk tambahan informasi kepada civitas akademika dan sebagai bentuk tambahan dalam kepustakaan dibidang perbankan syariah khususnya dan bisa dijadikan sebagai bahan acuan bacaan yang berisi suatu studi yang bersifat karya ilmiah pada umumnya serta sebagai instrumen pengukuran kualitas pelayanan di Bank Syariah Indonesia yang notabene merupakan bank baru hasil merger.

#### **2. Manfaat Teoritis**

Manfaat secara teori dari penelitian ini diharap bermanfaat sehingga bisa menjadi sumber informasi untuk sebagai rujukan penelitian di masa yang akan datang tentang topik yang berhubungan, yang mana bisa bersifat melanjutkan ataupun melengkapi dan bisa pula dijadikan referensi penelitian yang nanti berkaitan dengan topik yang diambil.

### **1.5. Sistematika Penulisan**

Bentuk dari penelitian ini disusun dalam bentuk laporan skripsi yang urutannya terdiri dari 5 Bab yaitu Bab 1 Pendahuluan, Bab 2 Tinjauan Pustaka, Bab 3 Metode Penelitian, Bab

4 Hasil Penelitian dan Pembahasan, dan Bab 5 Penutup. Berikut ini adalah uraian sistematikanya :

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab I dari penelitian ini berupa pendahuluan yang di dalamnya memuat beberapa topik diantaranya yaitu latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

Bab II dari penelitian ini memuat berbagai teori yang berhubungan dengan variabel penelitian yaitu bank syariah, kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan loyalitas nasabah serta data referensi penelitian terdahulu sebagai pelengkap dan penguat penelitian ini.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Bab III ini berisi tentang jenis dan sumber dari data, populasi serta sampel yang digunakan, metode untuk mengumpulkan data, teknik dalam menganalisis data, uji asumsi klasik, analisis regresi linieritas, uji hipotesis dan pendefinisian operasional variabel.

### **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab IV ini memuat tentang penyajian data, hasil uji hipotesis, ( berisi penyajian data dan pengujian hipotesis) dan pembahasan hasil penelitian.

### **BAB V : PENUTUP**

Pada bab V ini menjelaskan tentang kesimpulan tentang hasil dalam skripsi serta berisi kritik dan saran yang ditujukan kepada pihak yang berkaitan.

### **DAFTAR PUSTAKA**



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1. Bank Syariah

##### 1. Pengertian

Pengertian bank syariah atau bank Islam adalah lembaga keuangan yang bergerak berdasarkan aturan syariat islam. Bank syariah ini tata cara operasionalnya mengacu kepada ketetapan al-Quran dan hadits.<sup>17</sup> Bank syariah menurut ahli adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya yaitu menyalurkan dana dalam bentuk pembiayaan serta berbagai jasa lain dalam sistem pembayarannya bergerak berdasarkan syariat.<sup>18</sup>

Bank Syariah ialah lembaga intermediasi dan tempat jasa keuangan yang bergerak berlandaskan budi pekerti dan kaidah unsur syariah, unsurnya bebas dari riba, bebas dari hal yang tidak pasti yang tidak produktif seperti judi, dari berbagai hal yang tidak jelas dan diragukan halal haramnya, mempunyai prinsip keadilan, dan hanya membiayai bentuk usaha yang pasti diperbolehkan oleh Islam .<sup>19</sup> Bank Syariah sering dikenal dengan sebutan bank tanpa bunga riba. Selain itu, tujuan utama dari bank syariah adalah mensejahterakan masyarakat terutama umat muslim dari segi ekonomi islam.

Pada tahun 1991 bank syariah mulai didirikan Indonesia. Dalam menjalankan sistem yang ada di bank syariah dan bank konvensional sebenarnya ada kesamaan. Pengaruh margin dan bagian pembiayaan yaitu kegiatan menghimpun dana dari nasabah, juga menyalurkan dana ke nasabah dalam bentuk pinjaman. Beberapa hal yang membedakan antara bank syariah dan bank konvensional adalah dalam melakukan semua jenis kegiatan. Bank syariah didasarkan pada prinsip syariah sehingga mereka tidak melakukan kegiatan berdasarkan prinsip riba, maisir, gharar. Sedangkan jika dalam sistem bank konvensional banyak menimbulkan riba dan haram hukumnya.<sup>20</sup>

Menurut Undang-Undang No.21 Tahun 2008, Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat syariah. Dalam UU

---

<sup>17</sup> Edy Wibowo, dkk, Mengapa Memilih Bank Syariah?, (Bogor: Ghalia Indonesia cet.I, 2005), hlm.33.

<sup>18</sup> Heri Sudarsono, Bank dan Lembaga Keuangan Syariah, (Yogyakarta: Ekonosia FE UII, 2008), hlm.22.

<sup>19</sup> Ascarya Diana Yumanita, Bank Syariah, (Jakarta: Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan BI, 2005), hlm.4.

<sup>20</sup> A.Azizah, A.Mujaddid, dan Dessy Farida, "The Effect of Margin Income and Shares of Results on Net Profit Achieved In BRI Syariah", *Journal of Islamic Finance and Banking*, Vol.3 No.1 (2021), hlm. 63-82.

tersebut juga disebutkan definisi dari prinsip syariah, yaitu prinsip dalam hukum islam yang mengacu kepada Al-qur'an, hadist, ijma, qiyas dan di Indonesia ada lembaga Majelis Ulama Indonesia (MUI) yang berwenang mengeluarkan fatwa tentang hukum islam yang disebut fatwa MUI.<sup>21</sup>

Dari definisi diatas bisa ditarik kesimpulan yaitu bank syariah adalah lembaga bidang keuangan yang memiliki tugas pokok mengumpulkan uang dari masyarakat dan meneruskannya kepada masyarakat yang berdasarkan pada prinsip syariah yang ada. Makna perbankan syariah sendiri bukan hanya sebagai tempat untuk menyimpan dan menyalurkan uang, melainkan merupakan tempat perputaran dana yang sesuai dengan Al-qur'an dan hadist. Bank syariah juga memiliki filosofi mendalam yakni bertujuan membantu umat dalam menjalankan perekonomian sesuai syariat .

## **2. Fungsi Bank Syariah**

Landasan utama dari perbankan syariah adalah Al-Qur'an dan hadist, ekonomi demokrasi dan prinsip selalu berhati-hati. Sedangkan tujuan perbankan syariah diantaranya mendukung pemerintah dalam pembangunan nasional dan pemerataan kesejahteraan rakyat yang berkeadilan.

Pasal 4 UU Perbankan Syariah menjelaskan tentang fungsi dari bank syariah meliputi:<sup>22</sup>

- a. Sebagai lembaga intermediasi. Sebagaimana dengan bank konvensional, bank syariah juga mempunyai fungsi sebagai lembaga yang mengumpulkan dana dan penyaluran dana tersebut kepada masyarakat luas. Bank syariah bisa mengumpulkan dana dari masyarakat yang mempunyai kelebihan dana. Dana yang telah terkumpul itu kemudian dijaga dalam bentuk titipan menggunakan akad wadiah atau investasi menggunakan akad mudharabah. Bank menyalurkan dana kepada masyarakat yang membutuhkan dana melalui produk yang disebut sebagai produk pembiayaan. Bank syariah memberikan pilihan bagi masyarakat dalam memilih jenis akad pembiayaan yakni dari akad jual beli hingga akad kemitraan atau kerjasama.
- b. Menangani jasa perbankan secara umum. Masyarakat bisa menggunakan jasa dari bank syariah sebagaimana menggunakan jasa bank lainnya. Jasa dari bank syariah juga dipungut biaya administrasi sebagai salah satu sumber pendapatan bank syariah.

---

<sup>21</sup> Undang-undang No.21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.

<sup>22</sup> Ibid, pasal 4.

- c. Sebagai lembaga baitul mal dalam menjalankan tugas sosial. Selain menjalankan fungsi bank pada umumnya, bank syariah juga menerima himpunan dana zakat, infaq, sedekah, hibah, dan lainnya. Setelah terhimpun maka pihak bank syariah akan memberikan kepada badan amil zakat. Bank syariah juga menerima kumpulan dana yang hendak diwakafkan serta menyalurkan dana tersebut kepada lembaga pengelola wakaf yang telah diketahui oleh pemberi wakaf .

### **3. Tujuan Bank Syariah**

Bank syariah memiliki tujuan untuk menjadi perantara dalam pembangunan nasional tetapi dalam versi syariah. Pencapaian yang dituju oleh bank syariah adalah keadilan, kebersamaan serta kesejahteraan rakyat yang merata. Berbagai cara dilakukan oleh bank syariah untuk mencapai keadilan, kebersamaan, dan kesejahteraan bagi rakyat antara lain yakni:<sup>23</sup>

- a. Mengajarkan masyarakat muslim tentang pentingnya menjalankan ekonomi sesuai syariat islam. Dalam hal keuangan, riskan terjadi riba sekecil apapun dan riskan terhadap hal-hal yang bersifat dzalim, gharar, dan maisir sehingga perlu batas yang jelas agar bisa terhindar dari dosa.
- b. Berusaha mensejajarkan pendapatan dari produk investasi yang mana akan tercipta kebahagiaan pada ekonomi dan tidak menimbulkan kesalahpahaman antara pihak pemodal dengan pihak yang membutuhkan modal. Karena tentunya pemilik modal ingin mendapatkan hasil dari modalnya dan pihak yang membutuhkan dana juga butuh untuk memutar usahanya.
- c. Menciptakan lapangan usaha produktif dengan harapan mampu meningkatkan kualitas hidup masyarakat supaya menjadi lebih baik. Hal ini juga sama dengan mengurangi angka pengangguran di masyarakat.
- d. Membuat program mengembangkan modal kerja dan pengembangan usaha bersama serta mengatasi berbagai masalah tentang kemiskinan melalui sosialisasi kepada nasabah yang termasuk dalam kelompok produsen, pedagang, konsumen.
- e. Kegiatan perbankan syariah dibuktikan bisa bertahan dimasa krisis sehingga mampu menjaga keseimbangan ekonomi dan moneter. Semua ini karena sistem dari perbankan syariah yang sesuai dengan anjuran agama islam.

---

<sup>23</sup> Subaidi, "Peran dan Fungsi Perbankan Syariah Perspektif Sosio-Kultur", Istitdal, Vol. 2, No. 2, Oktober 2018. hlm. 116-118.

- f. Menghindarkan masyarakat terutama yang beragama Islam dari bergantung terhadap bank konvensional yang mengandung riba agar senantiasa bisa selamat dunia dan akhirat.

#### **4. Karakteristik Perbankan Syariah**

Karakteristik sistem perbankan dalam islam sebagai berikut : <sup>24</sup>

- a. Nilai ketuhanan yaitu memanfaatkan dan mengamalkan seluruh bentuk fasilitas yang telah diberikan oleh Allah SWT sesuai syariat islam.
- b. Nilai kepemilikan yakni ada 2 tipe kepemilikan yang diakui dalam islam adalah kepemilikan individu secara sementara dan kepemilikan yang hakiki mutlak hanya dari Allah SWT.
- c. Nilai keseimbangan yaitu mengurangi kesenjangan sosial antar masyarakat melalui zakat, infaq, sedekah, dan wakaf.
- d. Nilai dasar kebebasan yaitu islam mengakui kebebasan bagi setiap individu untuk memanfaatkan atau tidak memanfaatkan hartanya sesuai syariat islam.
- e. Nilai dasar keadilan yaitu islam tidak menghendaki adanya ketimpangan sosial.

#### **2.2. Tentang Bank Syariah Indonesia**

Bank Syariah Indonesia sendiri tentunya memiliki prinsip yang sejalan dengan prinsip ekonomi syariah yang ada di Indonesia. Sebelum menjadi BSI, dulunya BSI merupakan bank syariah yang dimiliki BUMN yaitu Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRISyariah. Pada tanggal 1 Februari 2021 yang bertepatan dengan 19 Jumadil Akhir 1442 H menjadi pertanda bergabungnya Bank Syariah Mandiri, BNI Syariah, dan BRISyariah menjadi satu bentuk yaitu Bank Syariah Indonesia (BSI). Penyatuan ketiga bank raksasa ini dimaksudkan untuk menyatukan kelebihan dari ketiga Bank Syariah sehingga menciptakan layanan yang semakin lengkap, jangkauan lebih luas, serta mempunyai kapasitas permodalan yang semakin baik. Proses sebelum dilakukan merger dari ketiga bank tersebut telah disusun selama 11 bulan sebelumnya. Proses penyusunan integrasi tersebut meliputi penandatanganan akta penggabungan, uji tuntas, perolehan izin dari OJK , serta penyampaian keterbukaan informasi. Hal ini tentu saja menjadikan BSI sebagai bank syariah terbesar di Indonesia. Perusahaan induk mendukung dengan energi secara penuh (Mandiri, BNI, BRI) serta janji pemerintah melalui Kementerian BUMN, Bank Syariah Indonesia diupayakan agar mampu bersaing di tingkat global. Penyatuan ini juga merupakan usaha untuk menciptakan Bank

---

<sup>24</sup> Muh Arafah, "Sistem Keuangan Islam: Sebuah Telaah Teoritis", Al-Kharaj: Journal of Islamic Economic and Business, Vol. 1, No. 1, Juni 2019, hlm. 60-61.

Syariah kebanggaan negeri dan umat islam, yang diharapkan menjadi sumber baru pembangunan ekonomi nasional serta berjasa terhadap kesejahteraan masyarakat luas. Berdirinya Bank Syariah Indonesia mencerminkan tentang bentuk perbankan syariah di Indonesia yang universal dan memberikan kebaikan kepada masyarakat.<sup>25</sup>

Dari hasil modal gabungan BSI yang berasal dari tiga bank induk, kemudian dijadikan satu yakni dari : PT Bank Mandiri (Persero) Tbk = 50.83 %, PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk = 24.85%, PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk = 17.25%, sisanya dimiliki oleh masyarakat umum dari pemegang saham. Produk tabungan Bank Syariah Indonesia terdiri dari Bisnis, Emas, Haji Umroh, Investasi, Pembiayaan, Prioritas, Tabungan. Kemudian produk untuk perusahaan antara lain *Cash Management*, Simpanan, Pembiayaan, *Treasury*, *Trade finance*.<sup>26</sup>

Produk Bank Syariah Indonesia yang antara lain yakni :

- a. Tabungan : BSI Tabungan Bisnis, BSI Tabungan Classic, BSI Tabungan Easy Mudharabah, BSI Tabungan Easy Wadiah, BSI Tabungan Efek, BSI Tabungan Junior, BSI Tabungan Mahasiswa, BSI Tabungan Payroll, BSI Tabungan Pendidikan, BSI Tabungan Pensiun, BSI Tabungan Prima, BSI Tabungan Rencana, BSI Tabungan Simpanan Pelajar, BSI Tabungan Smart, BSI Tabungan Valas, BSI TabunganKu, dan BSI Tapenas Kolektif.
- b. Transaksi terdiri dari : BSI Giro Rupiah yaitu transaksi yang didasarkan prinsip wadiah yang sesuai syariat dan BSI Giro Valas yaitu transaksi jika memiliki rekening valas.
- c. Bisnis : Bank Guarantee Under Counter Guarantee, BSI Bank Garansi, BSI Cash Management, BSI Deposito Ekspor SDA, BSI Giro Ekspor SDA, BSI Giro Optima, BSI Giro Pemerintah, BSI Pembiayaan Investasi, Giro Vostro, Jasa Penagihan Trade Finance Antar Bank, Pembiayaan Yang Diterima.
- d. Emas terdiri dari : BSI Cicil Emas yaitu produk untuk mencicil emas batangan dengan nilai minimal 10 gram dan BSI Gadai Emas yaitu produk yang akan memberikan jaminan pembiayaan.
- e. Haji umroh terdiri dari : BSI Tabungan Haji Indonesia yaitu produk tabungan haji umroh dengan minimal setoran awal Rp 100.000 dan BSI Tabungan Haji Muda Indonesia yaitu produk tabungan haji umroh untuk perencanaan saat usia muda.

---

<sup>25</sup> <https://www.bankbsi.co.id/sejarah/bsi-mobile>, (diakses tanggal 06 November 2021 pukul 19.35 wib.)

<sup>26</sup> *ibid.*

- f. Investasi : *Bancassurance*, BSI Deposito Valas, BSI Reksa Dana Syariah, Sukuk Wakaf Ritel, Deposito Rupiah, Referral Retail Brokerage, SBSN Ritel.
- g. Pembiayaan : *Bilateral Financing*, BSI *Cash Collateral*, BSI Distributor *Financing*, BSI Griya Hasanah, BSI Griya Maburr, BSI Griya Simuda, BSI KPR Sejahtera, BSI KUR Kecil, BSI KUR Mikro, BSI KUR Super Mikro, BSI Mitra Beragun Emas (Non Qardh), BSI Mitraguna Berkah, BSI Multiguna Hasanah, BSI Oto, BSI Pensiun Berkah, BSI Umroh, Mitraguna Online.
- h. Prioritas terdiri dari : BSI Prioritas yaitu produk layanan eksklusif yang memungkinkan nasabah mendapat layanan prioritas , *relationship manager*, dan keistimewaan lainnya dan BSI Privat yaitu produk yang diberikan bagi nasabah yang memiliki saldo minimal 5 miliar untuk mendapat keistimewaan secara privat, dan Safe Deposite Box yaitu produk untuk surat berharga, dokumen penting yang disimpan menggunakan teknologi canggih akan tetapi tetap sesuai syariat islam.

Bank Syariah Indonesia KC Kudus sendiri merupakan salah satu cabang bank syariah yang berada di Kota Kudus. Bank Syariah Indonesia KC Kudus tentunya sesuai aturan dan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan. Pada penelitian ini, Bank Syariah Indonesia KC Kudus akan menjadi tempat penelitian karena penulis pernah mendengar tentang beberapa keluhan dari nasabah Bank Syariah Indonesia KC Kudus terutama pada bagian pelayanannya yang tidak maksimal. Hal ini tentu menjadikan Bank Syariah Indonesia tidak baik dimata masyarakat. Bank Syariah Indonesia KC Kudus yang hendak dijadikan tempat penelitian berada di Kota Kudus tepatnya berada di Jalan Jend A.Yani 1 Kudus. Secara klaim promosi, Bank Syariah Indonesia meyakinkan kepada nasabahnya bahwa mereka dapat mengelola dana nasabah dengan terpercaya, sehingga memberikan kepuasan bagi nasabahnya. Keadaan tersebut menjadikan BSI banyak dipercaya sebagai bank syariah pilihan masyarakat. Akan tetapi, jika klaim tersebut tidak diikuti dengan kualitas pelayanan yang baik dari salah satu cabang yang mana hal ini bisa menjadi problem serius bagi Bank Syariah Indonesia, maka tentu hal ini harus dicegah secara serius agar tidak menimbulkan rasa ketidakpercayaan kepada cabang yang lain.

Dengan adanya beberapa masalah ini, maka Bank Syariah Indonesia harus menyusun strategi baru agar lebih meningkatkan segi kualitas pelayanannya, serta kepuasan agar nasabah yang menabung dapat merasa percaya dengan kredibilitas Bank Syariah Indonesia sehingga nantinya akan menjadi nasabah yang loyal dan percaya penuh kepada Bank Syariah Indonesia.

Dalam segi lokasi, Bank Syariah Indonesia KC Kudus memiliki lokasi yang sangat strategis, yakni berlokasi dipinggir Jalan A.Yani 1 Kudus. Lokasi ini tentu merupakan pusat kota yang mudah dijangkau oleh nasabah dari berbagai penjuru Kota Kudus. Banyak masyarakat memilih BSI KC Kudus untuk menyimpan dan menginvestasikan dananya karena mereka mempunyai produk tabungan dan pembiayaan yang menarik yang tidak dimiliki bank lain, serta produk tabungannya banyak macamnya serta inovasi produk yang semakin variatif juga merupakan nilai plus bagi Bank Syariah Indonesia KC Kudus.

## 2.3. Kualitas Pelayanan

### 1. Pengertian

Menurut KBBI, kualitas ialah ukuran baik tidaknya suatu hal. Sedangkan pelayanan adalah bentuk kemudahan yang diberi kepada konsumen berkaitan terhadap jual beli barang atau jasa.<sup>27</sup> Pelayanan adalah sekumpulan kegiatan yang tidak mampu dilihat secara langsung karena adanya hubungan yang terjadi diantara konsumen dan pegawai perusahaan atau dengan hal lainnya sehubungan dengan fasilitas yang telah diadakan oleh perusahaan yang memberi pelayanan yang ditujukan untuk mengurai masalah yang ada dari pelanggan.<sup>28</sup>

Pengertian Kualitas Pelayanan adalah tingkatan mutu dari pelayanan yang diberi untuk pelanggan, hal ini bisa pelanggan internal atau pelanggan eksternal sesuai dengan sistem layanan”.<sup>29</sup> Kemudian menurut Kotler, kualitas pelayanan ialah bentuk dari keseluruhan kemampuan perusahaan untuk memenuhi permintaan pelanggan baik yang diinformasikan secara langsung maupun tidak langsung.<sup>30</sup> Pelayanan yang berkualitas sangat disorot terutama pada perusahaan di sektor jasa. Apabila tidak dilakukan pelayanan dengan baik, maka perusahaan jangan mengharapkan kesuksesan.

Kualitas Pelayanan juga bisa disebut suatu kondisi yang terus-menerus harus selalu dijalankan berkaitan dengan berbagai hal seperti produk, jasa, individu, proses dan lingkungan yang menemui atau melebihi keinginan.<sup>31</sup> Definisi kualitas layanan bisa dimaknai sebagai cara untuk mencukupi kebutuhan dan harapan konsumen serta kesesuaian dari apa yang disampaikan dalam mewujudkan harapan konsumen. Cara mengukur Kualitas Pelayanan bisa melalui pertimbangan penilaian konsumen

---

<sup>27</sup> <https://kbbi.web.id/>, (diakses tanggal 5 Juni 2022 pukul 19.45 wib).

<sup>28</sup> Ratminto dan Atik Septi Winarsih, *Manajemen Pelayanan*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2005), hlm. 2.

<sup>29</sup> Anwar Prabu Mangkunegara, *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya, 2002).

<sup>30</sup> Philip Kotler, *Marketing Management*, (Edisi Millenium: Prentice Hall Intl, Inc New Jersey, 2000).

<sup>31</sup> Fandy Tjiptono, *Jasa Pemasaran*, (Malang: Bayumedia Publishing, 2005).

berdasarkan kenyataan dari yang telah didapatkan dengan keinginan konsumen itu sendiri. Kualitas Pelayanan dianggap sangat baik dan berkualitas apabila jasa pelayanan yang konsumen dapat melebihi ekspektasi konsumen. Apabila jasa yang diterima sesuai dan pas dengan keinginan konsumen, maka dianggap baik dan sempurna. Akan tetapi jika jasa yang diterima lebih buruk daripada yang diinginkan, maka kualitas dari pelayanan dianggap jelek dan mengecewakan.

Kesesuaian pelayanan dalam segi sarana adalah ketika sarana yang di dapat bersih dan memenuhi kriteria nasabah. Prasarana juga baik dan sesuai dengan ekspektasi bank syariah. Pegawai bank yang rapi, bersih, dan ramah juga mempengaruhi penilaian nasabah terhadap bank syariah.<sup>32</sup> Kualitas pelayanan menurut firman Allah Swt dalam surah Ali-Imran ayat 159 :<sup>33</sup>

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لَئِن لَّنتَ لَهُمْ ۖ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ ۗ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya : Maka berkat rahmat Allah swt engkau (Muhammad saw) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras dan berhati kasar , tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampun untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam hal itu. Kemudian apabila engkau telah membulatkan tekad , maka bertawakkal kepada Allah swt. Sungguh Allah swt mencintai orang yang bertawakkal. (Q.S.Ali Imran : 159)

Surat Ali Imran ayat 159 menceritakan tentang etika dakwah yang dicontohkan oleh Nabi Muhammad Saw secara beradab. Di dalam Surat Ali Imran ayat 159 dijelaskan, etika dakwah ala Rasulullah adalah baik tutur katanya dan sikap lemah lembut. Apabila Rasulullah SAW berdakwah dengan cara yang baik dan beradab tentunya dakwah tersebut akan diterima dengan lapang dada tanpa rasa terpaksa. Dakwah merupakan cara komunikasi agar masyarakat yang didakwahi tersentuh hati nuraninya. Mereka akan menerima ujaran petuah yang disampaikan oleh seorang dai'. Cara berbicara yang buruk dalam berdakwah justru akan membuat suasana menjadi tambah keruh. Contohnya jika ada seseorang yang mengajak kepada hal kebaikan tetapi

---

<sup>32</sup> M.Zakiy, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol. 3, No. 1 (Januari-Juni 2017).

<sup>33</sup> Departemen Agama RI Al-Qur'an dan Terjemahannya, hlm. 375.



dengan tempramen dan arogan dengan memaksa maka masyarakat yang diajak tentu akan malas dan takut untuk mengikuti orang tersebut. Begitu pula dengan kualitas pelayanan dalam perusahaan. Dalam memberikan pelayanan harus dengan sikap baik dan komunikasi yang sopan supaya nasabah selalu merasa dihargai.<sup>34</sup>

Pemberian pelayanan dengan baik pada pelanggan diharapkan bisa dicapai menjadi suatu kepuasan para pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik membentuk pola pikir konsumen mengenai produk yang diedarkan perusahaan, sehingga hal ini bisa membuat produk tampak baik dimata pelanggan. Oleh karenanya *customer service* bisa menjadi efek bagi kesuksesan bisnis perusahaan dalam waktu jangka panjang.<sup>35</sup>

Kesimpulan dari berbagai definisi tersebut ialah segala bentuk usaha yang dilakukan oleh perusahaan agar bisa memenuhi keinginan pelanggan. Jasa yang diberikan dalam bentuk pelayanan ini diberikan dalam bentuk pelayanan diberikan berupa segala hal positif berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan ramah tamah yang ditunjukkan melalui perilaku dalam memberi pelayanan kepada kepuasan pelanggan. Salah satu cara mengetahui kualitas pelayanan yang sebagian besar dijadikan panduan dalam riset pemasaran adalah bentuk *service quality*.<sup>36</sup>

## 2. Indikator Kualitas Pelayanan

Tujuan kualitas pelayanan seperti selalu bersikap sopan, ramah, dan profesional yakni agar perusahaan menjadi baik di mata konsumen. Adanya kualitas pelayanan yang baik tentu saja akan berbanding lurus dengan kepuasan pelanggan. Sebagai konsumen pada bank syariah, nasabah tentu berharap pelayanan yang didapatkan baik agar saat bertransaksi, nasabah merasa nyaman dan juga percaya kepada bank syariah. Berikut lima poin yang dipakai untuk mengukur kualitas pelayanan tersebut yaitu :<sup>37</sup>

a. *Tangible* atau bukti langsung yaitu kehandalan suatu tempat usaha dalam menampakkan kiprahnya untuk eksternal, penampilan dan keahlian media sarana fisik tempat usaha serta situasi keadaan sekitarnya. Bentuk realita yang diberi oleh pemberi jasa meliputi kemudahan fisik, perlengkapan dan peralatan yang bisa dipakai mempermudah serta tampilan pegawainya. Misalnya desain produk yang

---

<sup>34</sup> <https://www.dutaislam.com/>, (diakses tanggal 18 Juni 2022 pukul 18.30 wib).

<sup>35</sup> Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*, ( Jakarta: Rajawali Press, 2002).

<sup>36</sup> Jaka Atmaja, "Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB", *Jurnal Ecodemica*, Vol. 2 No. 1 (April 2018).

<sup>37</sup> Lupiyoadi Rambat dan A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran jasa*, (Edisi kedua, Jakarta: Salemba Empat, 2006).

menarik dan unik, tampilan gedung perusahaan yang berbeda, atau penampilan karyawan yang rapi. Bukti nyata diperlukan karena dalam menarik pelanggan tentunya harus didukung oleh sumber daya yang menyenangkan. Allah Swt berfirman dalam Q.S. Al-A'raf ayat 26 :

يَبْنِيَّ آدَمَ قَدْ أَنْزَلْنَا عَلَيْكَ لِبَاسًا يُؤَارِي سَوْءَاتِكُمْ وَرِيثًا قَلِيلًا وَلِبَاسُ التَّقْوَىٰ ذَٰلِكَ خَيْرٌ ذَٰلِكَ  
مِنْ آيَاتِ اللَّهِ لَعَلَّهُمْ يَذَّكَّرُونَ

Artinya: Wahai anak cucu Adam, sungguh Kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutupi auratmu dan bulu (sebagai bahan pakaian untuk menghias diri). (Akan tetapi,) pakaian takwa itulah yang paling baik. Yang demikian itu merupakan sebagian tanda-tanda (kekuasaan) Allah agar mereka selalu ingat. ( Q.S. Al-A'raf : 26 ).<sup>38</sup>

Menurut Tafsir Jalalain yaitu (Hai anak Adam! Sesungguhnya Kami telah menurunkan kepadamu pakaian). Kami telah menciptakannya untuk kamu (untuk menutupi) guna menutupi (auratmu dan pakaian perhiasan) pakaian yang digunakan sebagai perhiasan. (Dan pakaian takwa) yakni amal saleh dan akhlak yang baik, (itulah yang lebih baik. Yang demikian itu adalah sebagian tanda-tanda kekuasaan Allah) bukti-bukti yang menunjukkan kekuasaan-Nya (mudah-mudahan mereka selalu ingat) kemudian mau beriman; di dalam jumlah ini terkandung iltifat atau kata sindiran terhadap mukhathab atau orang yang diajak bicara. Ayat ini sedikit menjelaskan tentang seseorang yang harus memperindah diri agar nyaman dilihat orang lain. Konteks dilihat disini yaitu saat bertemu dengan nasabah dalam bertransaksi.<sup>39</sup>

- b. *Reliability* atau keandalan yaitu bentuk kebiasaan perusahaan dalam memberi servis yang dijanjikan menjadi tepat sasaran dan sesuai kenyataan. Hasil kinerja hendaknya sama dengan keinginan nasabah yang mana hal ini berisi berbagai bentuk pelayanan seperti tingkah laku yang baik, ketepatan waktu dalam menjalankan tugas dan memberikan pelayanan terbaik pada semua nasabah tanpa terkecuali. Nasabah akan merasa sangat senang bila pelayanan yang berikan cepat, tanggap, dan sesuai dengan apa yang dijanjikan awal. Allah Swt berfirman dalam Q.S. Al-Ahzab ayat 21 :

---

<sup>38</sup> Departemen Agama Republik Indonesia, Terjemah Kemenag 2019.

<sup>39</sup> <https://www.dutaislam.com/>, (diakses tanggal 18 Juni 2022 pukul 19.30 wib).

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ  
كَثِيرًا<sup>٤٠</sup>

Artinya : Sungguh, pada (diri) Rasulullah benar-benar ada suri teladan yang baik bagimu, (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari Kiamat serta yang banyak mengingat Allah.( Q.S. Al-Ahzab : 21)

Surat al-Azhab ayat 21 memerintahkan kepada umat Islam agar senantiasa meniti jejak Nabi Muhammad SAW. Ada empat sifat mulia yang tertanam dalam diri rasulullah SAW yang harus diteladani karena mempunyai makna nilai karakter yang pantas untuk dikaji seiring dengan perkembangan modernisasi zaman. Banyak tontonan zaman sekarang yang tidak sesuai sehingga membutuhkan waktu ekstra untuk memilih supaya mendapatkan tontonan yang sesuai. Efek negatif dari teknologi tentu banyak dampaknya kepada generasi sekarang ini, tetapi juga diimbangi dengan adanya efek positif dari teknologi di bidang ilmu dan pengetahuan.<sup>40</sup>

- c. *Responsiveness* atau daya tanggap yaitu kemampuan dalam melakukan pelayanan secara tepat dan sigap untuk konsumen dengan pemberian berita secara jelas. Konsumen tidak seharusnya dibuat menunggu lama tanpa adanya alasan yang jelas agar tidak membuat konsumen berpikiran buruk tentang kualitas dari pelayanan. Pelayanan yang cepat dan sigap tentu saja akan membuat pelanggan merasa sangat puas.
- d. *Assurance* atau jaminan yaitu rasa percaya dari pelanggan, sopan santun, dan cara para karyawan perusahaan untuk menambah kepercayaan dari para pelanggan kepada perusahaan. Mereka akan cenderung menaruh kepercayaan lebih pada perusahaan yang memberikan jaminan. Allah Swt berfirman dalam Q.S Asy-Syu'ara ayat 181-182 :

﴿ أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ ۚ  
وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ۚ

Artinya : Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan orang lain.(Q.S.Asy-Syu'ara : 181).

<sup>40</sup> <https://tafsirweb.com/surat-al-ahzab-ayat-21>, (diakses tanggal 18 Juni pukul 07.00 wib).

Timbanglah dengan timbangan yang benar. (Q.S. Asy-Syu'ara 182).

Maknanya yaitu Sempurnakanlah takaran kepada manusia tatkala kalian melakukan transaksi jual beli dengan mereka, dan janganlah kalian termasuk orang-orang yang mengurangi takaran ketika menjual kepada manusia. Dan berikanlah hak pembeli dengan timbangan yang tepat tanpa menguranginya secara sembunyi-sembunyi.<sup>41</sup> Jaminan kualitas dan kuantitas yang pas dari pelayanan bank syariah tentu sangat penting. Sopan dan santun dalam bertransaksi juga wajib dilakukan oleh karyawan dari perusahaan jasa maupun barang yang dalam konteks ini adalah bank syariah.

- e. *Empathy* atau Empati adalah memberi perhatian secara tulus dan personal kepada konsumen dengan berusaha mewujudkan keinginan konsumen. Ketika bisnis diharapkan punya pemahaman dan pengetahuan tentang konsumen, mengerti kebutuhan khusus pelanggan, dan memiliki waktu yang nyaman dengan pelanggan. Oleh karena itu, menggunakan kata-kata yang santun dalam melayani pelanggan menjadi hal penting untuk membangun loyalitas. Allah Swt berfirman dalam Q.S. An-Nahl ayat 90 :

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ  
وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ﴾

Artinya : Sesungguhnya Allah menyuruh berlaku adil, berbuat kebajikan, dan memberikan bantuan kepada kerabat. Dia (juga) melarang perbuatan keji, kemungkar, dan permusuhan. Dia memberi pelajaran kepadamu agar kamu selalu ingat. (Q.S. An-nahl :90)

Maknanya yaitu Sesungguhnya Allah Swt memerintahkan berlaku adil kepada hamba-hamba-Nya dan menunaikan hak-hak Allah swt dan hak para hamba. Tidak mengutamakan seseorang di atas orang lain dalam hukum kecuali karena satu hak yang mengharuskan demikian. Allah swt memerintahkan berbuat kebaikan dengan memberikan apa yang tidak wajib atas seorang hamba seperti infak sukarela atau memaafkan orang yang dzalim. Allah swt memerintahkan agar membantu kebutuhan saudaramu. Allah swt juga melarang segala sesuatu yang buruk, berupa perkataan seperti perkataan yang buruk atau perbuatan seperti zina. Allah swt melarang apa

---

<sup>41</sup> <https://tafsirweb.com/surat-asy-syuara-ayat-182>, (diakses tanggal 18 Juni pukul 07.30 wib).

yang diingkari oleh syariat, yaitu segala bentuk kemaksiatan. Allah menasihati kalian dengan apa yang Dia perintahkan kepada kalian dan apa yang Dia larang dalam ayat ini dengan harapan kalian mau mengambil pelajaran dari nasihat Allah tersebut.<sup>42</sup> Memberikan perlakuan yang baik dan rasa empati yang mendalam kepada nasabah akan membuat nasabah merasa diperhatikan dan dihargai.

### **3. Jenis Kualitas Pelayanan**

Jenis-jenis dari kualitas pelayanan bisa dibedakan menjadi 2 jenis berdasarkan dari survei yang diberikan pada konsumen, antara lain yaitu :<sup>43</sup>

a. Kualitas pelayanan dari dalam

Bisa digambarkan sebagai pelayanan yang berasal dari anggota di perusahaan terkait seperti karyawan atau fasilitas bagi konsumen. Kualitas pelayanan yang berasal dari dalam perusahaan biasanya ada beberapa penyebab berpengaruh seperti : Bentuk manajemen perusahaan, Ketersediaan fasilitas pendukung, SDM yang selalu berinovasi dan wujud pemberian berbagai motivasi.

b. Kualitas pelayanan dari luar

Penyebab dari luar tentang baik buruknya kualitas pelayanan memiliki hubungan dengan bagaimana ketersediaan barang dan jasa, sektor produksi, dan bentuk promosi dari suatu perusahaan.

### **4. Strategi Pelayanan**

Menurut Tjiptono dalam bukunya yang berjudul Strategi Pemasaran menjelaskan bahwa bentuk strategi dalam pelayanan ialah bagaimana perusahaan berusaha untuk memberikan yang terbaik bagi pelanggan. Hal ini bisa ditunjang dengan kemampuan utama berupa sumber daya manusia, koordinasi yang baik antar karyawan dan tim, serta mempersiapkan materi dengan sempurna.<sup>44</sup>

Dalam penerapan praktik tentang kualitas pelayanan pada perbankan syariah yaitu menjurus kepada beberapa indikator kualitas pelayanan. Pelayanan fisik, kondisi kantor bank syariah, sikap pegawai, sarana prasarana, serta etika pegawai dalam pelayanan. Hal-hal ini merupakan bentuk dari kualitas pelayanan. Banyak dari nasabah

---

<sup>42</sup> Ibid.

<sup>43</sup> Farhan Ahmad, "Pengaruh Iklan, Citra Perusahaan, Word Of Mouth Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menabung Dengan Minat Menabung Sebagai Variabel Intervening (Studi kasus pada BRI Syariah Kantor Cabang Semarang, (2019).

<sup>44</sup> Ujang Sumarwan, Fandy Tjiptono, "Buku Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Perilaku Konsumen", (Bogor: Penerbit IPB Press, 2018).

bank syariah yang tentunya berharap akan menerima sikap yang baik dan sesuai dengan etika dari bank syariah tersebut.

Bank Syariah Indonesia KC Kudus sendiri telah memiliki banyak nasabah yang merupakan pelanggan. Tetapi tidak menutup kemungkinan apabila kualitas pelayanan menurun maka nasabah enggan meneruskan untuk menjadi pelanggan tetap. Oleh karena itu, kualitas pelayanan pada BSI KC Kudus perlu dipertahankan dan terus ditingkatkan agar tidak tergeser oleh bank lain terutama bank konvensional.

## 2.4. Kepuasan Nasabah

### 1. Pengertian

Kepuasan adalah kondisi psikologis karyawan yang nyaman dalam lingkungan kerja karena semua kebutuhan terpenuhi sepenuhnya. Sedangkan nasabah ialah seseorang yang sudah terbiasa bertransaksi atau menjadi nasabah bank secara finansial.<sup>45</sup> Nasabah adalah seseorang atas nama individu atau badan hukum yang memiliki tabungan, rekening, atau pinjaman/batas nama bank sehingga nasabah sering berinteraksi dengan pegawai bank tersebut. Jadi nasabah yang sering berinteraksi atau menjadi nasabah bank.<sup>46</sup>

Berikut merupakan tujuan utama perusahaan jasa, dalam hal ini bank adalah untuk membuat nasabah puas, pelanggan yang puas merupakan alasan pelanggan menghargai sesuatu yang mereka harapkan dengan membeli dan mengonsumsi suatu barang atau jasa, kemudian keinginan itu dibandingkan dengan hasil yang diperoleh dari mengonsumsi barang atau jasa tersebut. Philip Kotler mengatakan bahwa : “Kepuasan merupakan tingkatan perasaan dari seseorang dengan menjelaskan hasil dari membandingkan antara hasil kerja produk/jasa yang diterima dengan sesuatu yang diinginkan.<sup>47</sup>

Tingkat perasaan seseorang setelah menimbang antara hasil kinerja dari jasa atau produk dengan sesuatu yang diinginkan disebut sebagai kepuasan nasabah.<sup>48</sup> Sehingga menurutnya apabila kinerja dibawah harapan dari nasabah, maka nasabah akan menjadi kecewa. Jika kinerja sesuai ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, dapat dikatakan bahwa pelanggan sangat puas.<sup>49</sup>

---

<sup>45</sup> <https://kbbi.web.id/>, (diakses tanggal 20 Mei 2022 pukul 15.30 wib).

<sup>46</sup> M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm.189.

<sup>47</sup> Philip Kotler, *Marketing Management*, Diterjemahkan oleh Hendra Teguh, dkk, (Jakarta: Prenhallindo, 2002).

<sup>48</sup> Murti Sumarni, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta: Liberty, 2011), hlm. 226.

<sup>49</sup> Ibid.

Secara umum pelanggan bisa merasa suka dengan nilai sebuah produk atau jasa sehingga mampu menjadi pelanggan yang loyal. Pelanggan biasanya membandingkan antara produk yang diterima dengan ekspektasi dari pelanggan tersebut untuk mengukur tingkat rasa puas. Peduli dan meningkatkan kepuasan juga bisa sangat membantu dalam menghadapi persaingan antar perusahaan yang ada. Oleh karena itu, perusahaan perlu menjaga bahkan meningkatkan kepuasan pelanggan agar bisnisnya dapat semakin berkembang.

## **2. Indikator Kepuasan Nasabah**

Beberapa indikator kepuasan pelanggan antara lain yakni :<sup>50</sup>

### **a. Berkeinginan untuk Melakukan Pembelian Ulang**

Indikator ini sangat penting untuk mempertahankan pelanggan lama. Saat seseorang merasa ingin membeli lagi produk itu, berarti perusahaan sudah berhasil dalam menjalankan misinya.

### **b. Bersedia Melakukan Rekomendasi**

Seperti yang telah disebutkan bahwa adanya rekomendasi dari satu pelanggan lain, akan menjadi salah satu penentu tingkat kepuasan pelanggan. Saat satu produk memiliki kualitas yang bagus, pelanggan yang puas tentu akan bersedia dengan senang hati merekomendasikan. Apalagi bila ditambah dengan pelayanan yang baik, tentu keinginan untuk memberikan rekomendasi kepada orang lain akan meningkat.

### **c. Kepuasan Pelanggan Secara Menyeluruh**

Cara mengetahui indikator ini adalah dengan menanyakan pada pelanggan tentang produk maupun pelayanan yang diberikan secara langsung. Lalu, pelanggan akan memberikan ulasannya kepada perusahaan, dan dengan ini perusahaan akan mengetahui secara garis besar bagaimana tingkat kepuasan mereka.

### **d. Kemudahan Dalam Mengakses Produk**

Kemudahan dalam mengakses produk yang akan dibeli. Perusahaan berkewajiban berusaha memudahkan konsumen untuk mendapatkan dan membeli produk yang mereka sediakan untuk umum. Konsumen cenderung malas membeli produk yang susah dimengerti dan sulit ditemukan dan lebih memilih produk yang lebih mudah.

### **e. Cara Mengiklankan Suatu Produk**

---

<sup>50</sup>Suwardi, "Menuju Kepuasan Pelanggan Melalui Penciptaan Kualitas Pelayanan", Ragam Jurnal Pengembangan Humaniora, Vol. 11(1), (Semarang: Politeknik Negeri Semarang, 2011).

Indikator kepuasan konsumen lainnya yaitu menampilkan iklan produk. Bisnis harus mengiklankan produk yang gampang dipahami dan relevan dengan tujuan pasar. Iklan dengan estetika etika dan sosial juga kebanyakan disukai pelanggan.<sup>51</sup>

### 3. Manfaat Kepuasan Pelanggan

Manfaat kepuasan pelanggan bagi penyedia jasa adalah:<sup>52</sup>

- a. Dengan pencapaian pelanggan puas yang berkelanjutan, loyalitas pelanggan dapat dicapai. Mereka yang sudah loyal akan kesulitan untuk berpindah ke servis jasa lain. Dan tentunya akan mempengaruhi keuntungan perusahaan.
- b. Pelanggan akan membeli atau menggunakan semua produk baru yang dikeluarkan perusahaan. Pelanggan menjadi teman baik bagi sebuah perusahaan yang mempercayainya.
- c. Merasa puas dengan produk dan perusahaan. Jika konsumen merasa puas maka dia akan memberitahukan kepuasannya dan inilah bentuk dari *word of mouth* secara positif.
- d. Menawarkan ide cemerlang untuk produk baru perusahaan. Karena pelanggan selalu merasa puas, maka pelanggan kemungkinan besar tidak akan berpaling ke produk lain.

Nasabah akan melakukan pembelian berulang apabila mereka merasa puas sehingga menjadikan mereka loyal kepada bank syariah. Kesempatan ini bisa dijadikan umpan balik positif bagi bank syariah. Tidak mudah mendapatkan loyalitas dari nasabah sehingga apabila sudah mendapatkannya harus dijaga dan dipertahankan supaya bank syariah semakin dipercaya dan maju ke depannya.

Dapat disimpulkan dari beberapa pendapat diatas bahwa nasabah atau konsumen yang merasa dihargai dan puas dengan pelayanan bank syariah maka dengan senang hati akan membeli dan menggunakan produk bank syariah secara berulang kali. Begitu pula dengan produk jasa pada bank syariah yang mana nasabah yang loyal maka akan setia kepada bank syariah tersebut. Berikut adalah sifat dari nasabah antara lain nasabah berharap diperlakukan secara terhormat dan baik, nasabah merasa keinginannya dan kebutuhannya harus terpenuhi,

---

<sup>51</sup> <https://www.harmony.co.id>, (diakses tanggal 12 Maret 2022 pukul 19.55 wib).

<sup>52</sup> Jhon Fernos, Yosef Eka Putra, "Analisa Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Mega Syari'ah Padang", Akademi Keuangan dan Perbankan Padang.



nasabah tidak mau disinggung dan didebat, dan nasabah dianggap sebagai pokok penghasilan perbankan syariah.<sup>53</sup>

Oleh karena pentingnya kepuasan nasabah bagi bank syariah, maka indikator yang telah dijabarkan diatas harus terpenuhi kepada setiap nasabah. Pelayanan jasa oleh bank syariah memang dituntut supaya terus mengedepankan kepuasan nasabah. Hal ini tentu demi masa depan dari bank syariah itu dan supaya bank syariah tidak dikalahkan oleh bank konvensional.

## 2.5. Loyalitas Nasabah

### 1. Pengertian

Pengertian Loyalitas Nasabah Menurut KBBI, Loyalitas adalah kesetiaan, loyalitas. Sedangkan nasabah adalah orang yang bertransaksi di bank atau memiliki rekening bank untuk beberapa arti yaitu mencintai, menolong, mengikuti, mendekatkan diri kepada sesuatu.<sup>54</sup> Konsep loyalitas dalam islam adalah kepatuhan langsung kepada Allah Swt melalui pelaksanaan hukum islam secara keseluruhan. Loyalitas dalam islam banyak dijelaskan salah satunya yakni firman Allah swt lewat surah al-Maidah ayat 54-55 :<sup>55</sup>

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا مَنْ يَرْتَدَّ مِنْكُمْ عَنْ دِينِهِ فَسَوْفَ يَأْتِي اللَّهَ بِقَوْمٍ يُحِبُّهُمْ وَيُحِبُّونَهُ أَذِلَّةٍ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ أَعِزَّةٍ عَلَى الْكَافِرِينَ يُجَاهِدُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلَا يَخَافُونَ لَوْمَةَ لَائِمٍ تَلَكَ فَضْلُ اللَّهِ يُؤْتِيهِ مَنْ يَشَاءُ وَاللَّهُ وَاسِعٌ عَلِيمٌ 54:

إِنَّمَا وَلِيُّكُمُ اللَّهُ وَرَسُولُهُ وَالَّذِينَ آمَنُوا الَّذِينَ يُقِيمُونَ الصَّلَاةَ وَيُؤْتُونَ الزَّكَاةَ وَهُمْ رَاكِعُونَ 55:

Artinya : Wahai orang-orang yang beriman! Barang siapa diantara kamu yang murtad (keluar) dari agama Allah swt, maka kelak Allah swt akan mendatangkan suatu kaum yang Dia mencintai mereka dan mereka pun mencintai-Nya dan bersikap lemah lembut terhadap orang-orang yang beriman dan tetap bersikap keras kepada orang-orang kafir,

<sup>53</sup> M.Nur Rianto Al Arif, Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah, (Bandung:Alfabeta, 2012), hlm. 220.

<sup>54</sup> Ali Ma'sum Dan Zainal Abidin Munawwir, Al-Munawwir, (Surabaya: Pustaka Progresif, 1997), 1581.

<sup>55</sup> Departemen Agama RI Al-Qur'an dan Terjemahannya, hlm. 117.

yang mereka berjihad di jalan Allah swt dan tidak takut pada celaan orang yang mencela. Itulah karunia Allah swt yang diberikan-Nya kepada siapa pun yang Dia kehendaki. Allah Maha luas (pemberian-Nya) lagi Maha Mengetahui. (Q.S. Al-Maidah : 54)

Sesungguhnya penolongmu hanyalah Allah swt, Rasul-Nya, dan orang-orang yang beriman yang melaksanakan salat dan menunaikan zakat seraya tunduk (kepada Allah). (Q.S. Al-Maidah : 55)

Berdasarkan surah al-Maidah ayat 54-55, Islam melarang berhubungan dengan musuh agama islam apalagi sampai menjadi setia dan sangat patuh. Meskipun hanya hubungan antar sesama manusia tapi apabila hal ini berkaitan dengan menjual loyalitas dari seorang muslim kepada musuh islam dan berkaitan dengan riba.

Loyalitas pelanggan dapat diartikan merupakan bentuk kesetiaan pelanggan terhadap suatu produk atau merk dari perusahaan sehingga mengarah kepada pembelian secara berulang-ulang secara konsisten. Pengertian ini meliputi dua inti penting, yakni kelayaitasan sebagai bentuk perilaku dan sebagai sikap yang ditunjukkan. Penggabungan kedua inti ini membuat empat bentuk tipe loyalitas antara lain :<sup>56</sup>

- a. *No Loyalty* yaitu jika sikap dan perilaku konsumen tetap juga melemah, loyalitas tidak akan terbentuk. Ada dua kemungkinan yaitu:
  - Sikap tidak tertarik terjadi jika barang dan jasa baru saja dirilis ataupun cara memasarkannya gagal dalam menyampaikan manfaat dari unit produknya.
  - Berkaitan dengan pergerakan pasar di mana merek pesaing disiapkan secara serupa atau identik.
- b. *Spurious Loyalty* yaitu terjadi apabila sikap yang cenderung susah menyertai pembelian yang kuat. Kondisi ini ditandai dengan perilaku seperti norma sesuai opini dan faktor situasional. Situasi dimana konsumen kesulitan dalam membedakan merek yang berbeda dalam kelompok produk dengan *engagement* rendah, sehingga sistem pembelian ulang dilakukan berdasarkan pertimbangan situasi yang efektif antara lain produk yang dipajang dengan baik dan pas diatas rak, lokasi toko berada ditempay strategis sehingga banyak yang melihat atau karena adanya pengurangan harga.

---

<sup>56</sup> Azka Al Afifah, "Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah", ( Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Fatah Palembang, 2016), hlm. 23-25.

- c. *Latent Loyalty* yaitu ketika sikap yang kuat disertai dengan pola penebusan yang lemah. Situasi yang menarik bagi pemasar adalah bahwa pengaruh faktor non-sikap sama kuatnya, atau bahkan cenderung lebih kuat dari, faktor-faktor sikap dalam menentukan pembelian terus-menerus.
- d. *Loyalty* yaitu merupakan bentuk kesesuaian dari situasi yang paling diinginkan perusahaan ketika konsumen bersikap baik dan tulus kepada produk atau pemilik jasa dan disertai pembelian terus-menerus yang rutin.

## 2. Manfaat Loyalitas Nasabah

Manfaat loyalitas menciptakan dan menguatkan loyalitas untuk menjadikannya program yang berhubungan secara jangka panjang sebuah perusahaan yakni :

- a. Loyalitas meningkatkan jumlah pembelian pelanggan, pelanggan tetap memilih produk perusahaan yang sama meskipun ada produk lain yang sejenis. Apabila pelanggan sudah merasa produk tersebut berkualitas tinggi dan sesuai ekspektasinya maka hamper tidak mungkin mereka pindah menggunakan jasa merk lain.
- b. Loyalitas pelanggan memangkas ongkos dari perusahaan yang dikeluarkan untuk mencari pelanggan baru dan biaya untuk menciptakan sistem baru. Biaya promosi, biaya pengoperasian sangat membutuhkan banyak budget. Dalam masa jangka pendek, pengeluaran mencari pelanggan lain lebih banyak daripada hasil yang didapatkan.
- c. Loyalitas pelanggan menumbuhkan komunikasi positif dari orang satu sama lain. Rasa puas dan loyal dari pelanggan membawa dampak positif berupa ulasan yang baik dan positif sebagai tolak ukur pelanggan baru. Pelanggan baru menjadi yakin jika ingin mengambil keputusan untuk memakai jasa dari perusahaan.

## 3. Indikator Loyalitas Nasabah

Indikator loyalitas yang dipakai untuk mengukur variabel kelayakan nasabah : <sup>57</sup>

- a. Membeli berulang secara teratur

Nasabah yang merasa puas dengan hubungan transaksi dengan pihak bank akan menciptakan hubungan erat antara nasabah dengan bank, sehingga nasabah akan rutin menggunakan jasa pelayanan dari pihak bank.

- b. Melakukan pembelian diluar lini produk/jasa

Nasabah yang menjadi loyal dengan perusahaan akan mencoba produk lain yang diciptakan dari perusahaan tersebut.

---

<sup>57</sup> Fandy Tjiptono, Pemasaran Jasa, (Malang: Bayumedia Publishing, 2005), hlm. 85.

c. Merekomendasikan produk

Nasabah yang loyal akan menyarankan pemakaian produk dan jasa kepada nasabah lain tentang kepuasan yang ia peroleh. Oleh karena itu, nasabah yang loyal merupakan aset besar untuk perusahaan, selain menyarankan nasabah akan selalu menggunakan produk dan jasa dari perusahaan.

d. Menunjukkan kekebalan terhadap produk pesaing yang sejenis

Nasabah tidak akan mengakui adanya bentuk macam produk atau jasa bank lain. Nasabah merasa pas dengan produk atau jasa yang mereka pakai kini, sehingga susah bagi nasabah beralih ke produk atau jasa lain, nasabah merasa produk yang dipakai ini sudah benar benar sesuai dengan apa yang diinginkan serta nasabah sudah merasa yakin dengan produk atau jasa yang digunakan saat ini.

#### **4. Faktor Penyebab Loyalitas Nasabah**

Faktor loyalitas nasabah bisa diuraikan sebagai berikut : <sup>58</sup>

- a. Bentuk kepuasan pelanggan yang mana apabila perusahaan memberi servis yang memadai dan melebihi dari angan pelanggan maka pelanggan akan merasa puas dan bahagia. Nasabah yang merasa puas pasti akan selalu setia menggunakan produk yang sama dari perusahaan yang sama.
- b. Retensi Pelanggan yaitu perusahaan lebih memilih mempertahankan jumlah pelanggannya dengan meminimalisir apapun yang membuat pelanggannya hilang. Menarik pelanggan baru dengan promosi jauh lebih sulit dan membutuhkan biaya mahal dibanding memberi servis lebih kepada pelanggan lama.
- c. Migrasi Pelanggan yaitu mempertahankan pelanggan yang ada sekuat tenaga karena keuntungan dari mempertahankan pelanggan lebih besar daripada mencari pelanggan lain untuk ganti.
- d. Antusias Pelanggan yaitu bisa disebut perputaran pelanggan yang kerap terjadi meskipun pelanggan suka terhadap produk dan layanan serta suka dengan cara perusahaan mempertahankan loyalitas pelanggannya.
- e. Spiritualitas Pelanggan yaitu apabila loyalitas bukan cuma ada didalam pemikiran, mengingat dan memakai produk, memberi referensi dan memberi saran tentang hal positif sesuai kenyataan yang didapat kepada calon pelanggan lain, akan tetapi juga telah menjadi bagian inti dari pelanggan tersebut. Perasaan apabila tidak menggunakan produk yang disukai maka pelanggan merasa tidak mampu hidup.

---

<sup>58</sup> H. Kartajaya, Hermawan kartajaya on Segmentation, (Bandung : PT. Mizan Pustaka, 2007), hlm.24.

Loyalitas pada perbankan syariah sendiri yaitu ketika nasabah merasa ingin kembali dan menggunakan jasa perbankan terus-menerus dikarenakan kepuasan yang didapatkan dari bank syariah. Nasabah juga tak ragu memberi saran tentang berbagai produk bank syariah kepada orang lain supaya orang lain juga bisa merasakan kepuasan dari bank syariah tersebut. Hal ini tentunya akan berdampak positif kepada bank syariah secara berkelanjutan karena secara tidak langsung nasabah akan semakin bertambah jika banyak orang yang tadi diberikan rekomendasi tadi setuju dan akhirnya memilih bank syariah tersebut. Karena persaingan dari perbankan syariah bukan hanya dari bank syariah lain melainkan dari bank konvensional juga. Maka dari itu, apabila nasabah dengan senang hati memberikan rekomendasi tentunya hal ini harus di apresiasi oleh bank syariah itu sendiri

## **2.6. Hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Nasabah**

Jika bentuk servis yang diberikan baik dan sesuai keinginan pelanggan secara terus-menerus maka akan terpenuhi rasa puas dan bahagia dalam diri pelanggan. Oleh karena itu dibutuhkan usaha yang serius dan konsisten agar perusahaan bisa mengukur dalam jangka waktu ke depan sehingga perusahaan bukan cuma memberikan rasa puas kepada pelanggan tetapi juga bisa menjadikan pelanggan setia dan loyal kepada perusahaan. Sebuah lembaga keuangan yang sukses untuk mengatur strategi dalam sistem pelayanan kepada nasabah maka bisa menjadikan nasabah puas dan loyal. Salah satu cara yang bisa dijalankan adalah pembuatan dan pengolahan strategi kualitas pelayanan organisasi lewat *service excellence*.<sup>59</sup> Menurut Parasuraman, hubungan secara positif dan bentuk signifikan antara kualitas dari pelayanan dengan rasa ingin menyaranakan suatu produk kepada orang lain.<sup>60</sup> Pelanggan yang telah loyal maka kemungkinan besar juga akan memakai jasa perusahaan untuk waktu yang lama bahkan tak terbatas.

## **2.7. Hubungan antara Kepuasan Nasabah dengan Loyalitas Nasabah**

Sebagaimana kutipan ahli yaitu bentuk *completely satisfied* biasanya lebih setia daripada mereka yang sekedar *satisfied*.<sup>61</sup> Itulah alasan dari banyak ahli yang menjelaskan jika pada tingkat kepuasan tertinggi atau sangat puas yang dapat dianggap sebagai tingkat kinerja yang mampu diterima. Dalam korelasi antar satu sama lain yakni kepuasan dan

---

<sup>59</sup> Sabar Purnomo, Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah dan Hubungannya Terhadap Loyalitas Nasabah Prioritas pada PT. Bank Central Asia Tbk Cabang Solo, Thesis Magister Manajemen UNS, 2007, hlm. 36.

<sup>60</sup> Parasuraman. Et.all, "A Conceptual Model Of Service Quality and Its Implications for Future Research" Jurnal of Marketing, Vol. 49, 2001, hlm. 41-50.

<sup>61</sup> Karsono, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Anggota Dengan Kepuasan Anggota Sebagai Variabel Pemediiasi", Jurnal Bisnis dan Manajemen, Vol.5 No.2, 2005, hlm. 183 -196.

loyalitas bukan menggantikan variabel satu sama lain. Bisa saja seorang pelanggan menjadi loyal dan setia kepada perusahaan tanpa harus merasa puas dan bisa juga pelanggan sangat puas akan tetapi belum bisa setia contohnya dikarenakan banyak merk serupa yang mirip. Pelanggan bisa loyal jika pelanggan merasa puas dengan merek atau perusahaan dan berpikir untuk melanjutkan hubungan dengan perusahaan. Pelanggan bisa menjadi loyal dikarenakan adanya kesulitan untuk beralih kepada merek lain yang kemungkinan besar dengan faktor teknis, ekonomi atau psikologis yang dirasa tidak terjangkau atau sulit untuk beralih ke penyedia layanan yang lain. Oleh karena itu, konsumen memilih untuk tetap loyal pada produk tertentu.

## 2.8. Penelitian Terdahulu

Berikut merupakan ringkasan dari penelitian terdahulu yang telah penulis rangkum menjadi sebuah tabel. Tabel dari penelitian ini mengarah pada beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya yang sejalan dengan judul yang penulis ambil. Tabel penelitian terdahulu adalah sebagai berikut :

**Tabel 2.1**

### **Data Penelitian Terdahulu**

<b>No</b>	<b>Nama Peneliti</b>	<b>Judul Penelitian</b>	<b>Variabel Penelitian</b>	<b>Hasil Penelitian</b>
1.	Muhammad Zakiy dan Evrita Putri Azzahroh (2017)	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening	Variabel : Kualitas Layanan, Loyalitas Nasabah dan Kepuasan Nasabah.	Menghasilkan penelitian yang menjelaskan jika kepuasan nasabah bisa memediasi secara menyeluruh kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah.
2.	Fajar Fuadhi (2020)	Pengaruh E-Banking, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Produk	Variabel : E-Banking, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk,	Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan

		Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening	Loyalitas, dan Kepuasan Nasabah.	terhadap loyalitas, Variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah, Variabel Kepuasan Nasabah berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Loyalitas Nasabah, Variabel Kepuasan Nasabah tidak mampu memediasi Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah.
3.	Jaka Atmaja (2018)	Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB.	Variabel Kualitas Pelayanan. Kepuasan Nasabah, dan Loyalitas.	Variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah berpengaruh kuat terhadap Loyalitas Nasabah. Kualitas Pelayanan merupakan salah satu penyebab penting dalam menentukan puas atau tidak nasabah dalam pelayanan, yang dimulai dari Loyalitas para nasabah atau konsumen.

4.	Taufiq Risal (2019)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Bmt Kampoeng Syariah”	Kualitas Pelayanan, Loyalitas, dan Kepuasan Nasabah.	(1) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan; (2) kesamaan hipotesis ketiga variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap pelanggan variabel loyalitas menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan berpengaruh signifikan dengan terhadap loyalitas pelanggan. Dalam menguji efek langsung dan tidak langsung, kualitas layanan variabel terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan menunjukkan bahwa kepuasan dapat memediasi hubungan antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan
----	---------------------	--	--	--



				dengan hasil positif.
5.	Ike Yama Agustina, Eko Budi Satoto, dan Ni Nyoman Putu Martini	Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Syariah Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada PT BTPN Syariah Tbk. Area Genteng-Banyuwangi)	Kualitas Layanan, Kepercayaan, Loyalitas Nasabah, dan Kepuasan Nasabah.	(1) Variabel kualitas layanan syariah berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. (2) Kepercayaan nasabah berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. (3) Kualitas layanan syariah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. (4) Kepercayaan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. (5) Kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. (6) Secara tidak langsung kualitas layanan syariah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah. (7) Secara tidak langsung
6.	Ahmad Tavip Junaedi (2012)	Analisis pengaruh kualitas pelayanan, keadilan, dan	Kualitas pelayanan, keadilan,	Kualitas layanan yang baik akan memberikan

		kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah bank syariah ( Studi pada nasabah bank syariah di propinsi riau)	kepuasan nasabah, dan loyalitas nasabah.	kepuasan pelanggan
7.	Sofia Alfa Suryaningtyas(2021)	“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Islami, dan Brand Image Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening” (Studi pada Bank Syariah Indonesia KC Semarang)”	Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Islami, Brand Image, Loyalitas nasabah, kepuasan nasabah	Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, Kualitas pelayanan islami berpengaruh negatif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, Brand image berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, Kualitas pelayanan islami berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah, Brand image berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan

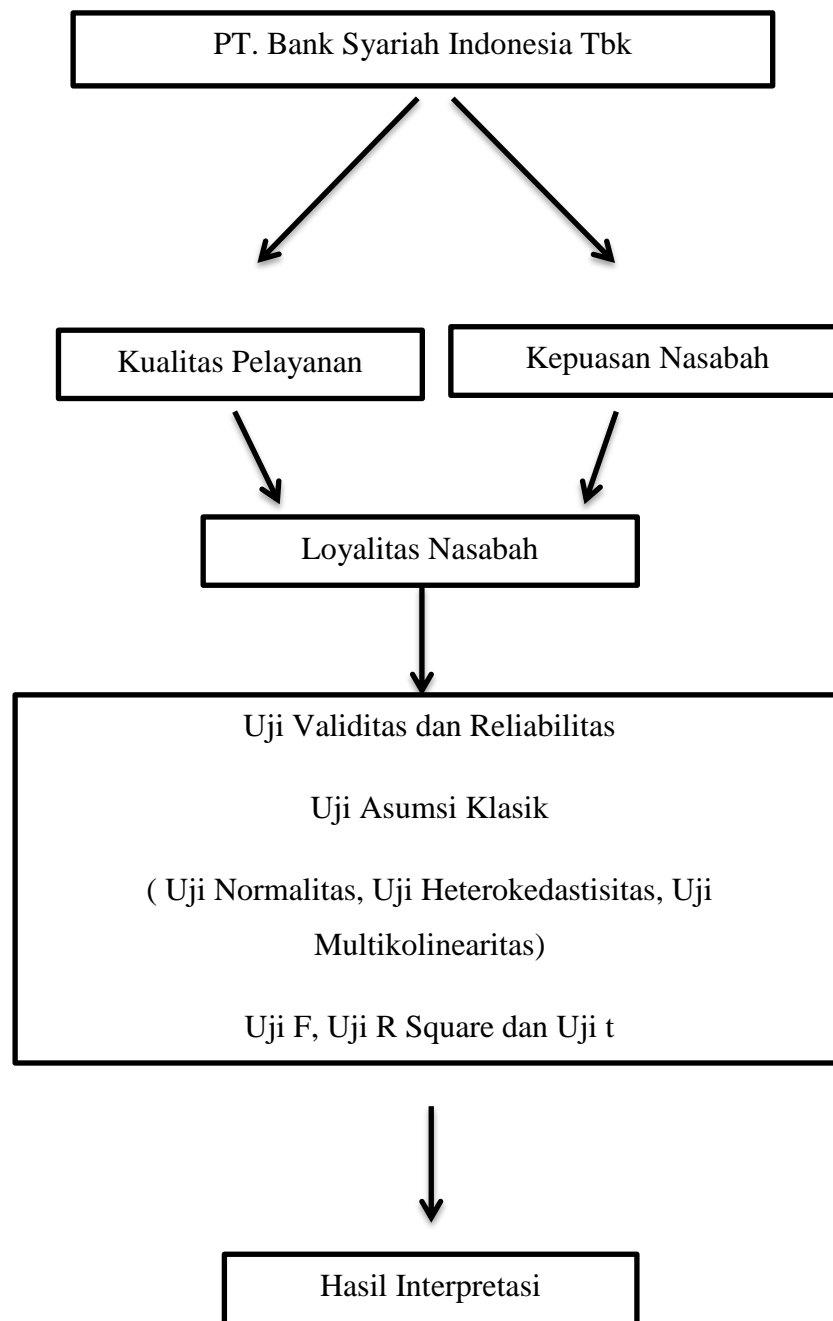
				<p>nasabah, kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, Kualitas produk berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah, Kualitas pelayanan islami berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah, Brand image berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah melalui kepuasan nasabah.</p>
--	--	--	--	--

## 2.9. Kerangka Pemikiran Teoritik

Setelah menganalisis dari tujuan teori dan penelitian terdahulu yang telah dijalani, maka dibuatlah kerangka pemikiran teorinya adalah sebagai berikut :

**Gambar 2.1**

### **Kerangka Pemikiran Teoritik**



## 2.10. Hipotesis

Hipotesis berasal dari kata hypo dan thesa yang bermakna dibawah kebenaran.<sup>62</sup> Hipotesis adalah sebuah bentuk dari jawaban yang masih berupa dugaan awal peneliti. Dugaan ini hendaknya dibuktikan secara realita melalui penelitian yang menghasilkan data realita (fakta di lapangan).

Hipotesis merupakan suatu bentuk jawaban dari permasalahan yang bersifat sementara berasal dari dugaan dari sebuah penelitian. Dugaan dari penelitian ini harus direalisasikan kebenarannya melalui data empiris dan uji data yang diperlukan. Berdasarkan dari tinjauan landasan teori dan kerangka teori maka hipotesis penelitian ini dijabarkan sebagai berikut :

### 1). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah

Kualitas Pelayanan adalah segala aktifitas yang dibuat oleh perusahaan yang memiliki tujuan untuk mewujudkan keinginan pelanggan. Servis pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa kepada pelanggan tentunya berupa kemudahan, kecepatan, relasi antara perusahaan dengan pelanggan, dan sikap ramah tamah yang diarahkan melalui perilaku dan sifat perusahaan kepada pelanggan.

Menurut Penelitian Taufiq Risal (2019) tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada BMT Kampoeng Syariah Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan (1) hipotesis pertama variabel kualitas pelayanan (X) terhadap variabel kepuasan (Z) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan; (2) kesamaan hipotesis ketiga variabel kualitas pelayanan (X) dan kepuasan pelanggan terhadap pelanggan variabel loyalitas (Y) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan memiliki pengaruh positif dan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dalam menguji efek langsung dan tidak langsung, kualitas layanan variabel (X) terhadap loyalitas pelanggan (Y) melalui kepuasan (Z) menunjukkan bahwa kepuasan dapat memediasi hubungan antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dengan hasil positif. Oleh karena itu disimpulkan hipotesis pada variabel penelitian kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah adalah :

**H0 : Kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.**

**H1: Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.**

### 2). Pengaruh Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah

---

<sup>62</sup> Muhammad Fauzi, Metode Penelitian Kuantitatif, (Semarang: Walisongo Press, 2009), hlm. 127.

Salah satu arah utama dari perusahaan jasa dalam konteks ini bank ialah membuat kepuasan secara menyeluruh kepada nasabah, nasabah yang telah menggunakan dan memakai jasa dari bank pastinya akan memberikan penilaian dari apa yang telah diterima dengan harapannya. Jika harapan nasabah sesuai dengan realita pelayanan yang diterima maka bank akan mendapatkan penilaian baik dari nasabah.

Menurut penelitian Fajar Fuadhi (2020) dengan judul Pengaruh E-Banking, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening menghasilkan tentang bagaimana Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas, Variabel Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah, Variabel Kepuasan Nasabah berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Loyalitas Nasabah, Variabel Kepuasan Nasabah tidak mampu memediasi Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah.

**H0 : Variabel Kepuasan nasabah tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.**

**H2: Variabel kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.**

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis dan Sumber Data**

Jenis dari penelitian ini yaitu bentuk penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif ialah penelitian untuk menemukan suatu ilmu menggunakan data yang basis data tersebut adalah angka yang bisa dipakai untuk menemukan tentang apa yang ingin diketahui.<sup>63</sup> Berdasarkan dari sumber data yang dipakai dalam penelitian adalah data primer dan studi pustaka. Dalam hal ini data primer diperoleh dari data yang diambil melalui objek penelitian langsung yang pengumpulan datanya dari kuesioner secara langsung dan google form. Sedangkan studi pustaka didapatkan dengan melakukan kajian pustaka, mengeksplorasi, dan mengkaji macam-macam literatur pustaka yang berhubungan dengan variabel yang akan diteliti.<sup>64</sup> Data Primer yang dikumpulkan yaitu data dari angket yang diisikan oleh nasabah Bank Syariah Indonesia KC Kudus baik melalui kertas kuesioner maupun google form sebagai media penyebarannya. Sedangkan data studi pustaka dikumpulkan dari berbagai jurnal dan buku terkait variabel penelitian dan dari website resmi Bank Syariah Indonesia dan Otoritas Jasa Keuangan. Dalam penelitian ini terdapat 1 variabel dependen yaitu loyalitas nasabah dan 2 variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah.

#### **3.2. Lokasi dan Ruang Lingkup Penelitian**

Lokasi dan waktu penelitian ini dilakukan di Bank Syariah Indonesia KC Kudus, BSI KC Kudus ini berlokasi di Jalan Jend A.Yani 1, Kecamatan kota, Kota Kudus, Jawa Tengah. Dari alun-alun kota ke selatan melewati 4 gang, kemudian ada ruko didepan Bank Nasional Indonesia (BNI), didepannya itu Bank Syariah Indonesia KC Kudus 1. Penelitian ini dilakukan pada tanggal 5 April 2022 sampai dengan 2 Juni 2022.

Lingkup dari penelitian ini adalah Bank Syariah Indonesia. Penelitian difokuskan pada kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas seorang nasabah kepada Bank Syariah Indonesia yang notabene adalah bank baru hasil merger tiga bank Syariah. Pengambilan data kepada nasabah melalui kuesioner secara offline dan online. Adapun variabel yang digunakan yakni kualitas pelayanan berdasarkan respon nasabah dan kepuasan nasabah terhadap pelayanan Bank Syariah Indonesia.

---

<sup>63</sup> Deni Darmawan, Metode Penelitian Kuantitatif, (PT Remaja Rosdikarya: Mei 2013), hlm.37.

<sup>64</sup> Sutrisno Badri, Metode Statistik untuk Penelitian Kuantitatif, (Yogyakarta: PenerbitOmbak, 2012), hlm. 64.

### 3.3. Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Populasi merupakan bentuk sekumpulan objek yang general yang mempunyai syarat atau ciri khas tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk bisa dianalisis dan diambil kesimpulan.<sup>65</sup> Berdasarkan Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 Pasal 40 Ayat (1) dijelaskan bahwa “Bank wajib merahasiakan keterangan mengenai nasabah penyimpanan dan simpanannya”<sup>66</sup>, oleh karena dengan adanya hal ini menyebabkan peneliti tidak bisa mengetahui jumlah keseluruhan pasti populasi nasabah yang ada di BSI KC Kudus.

#### 2. Sampel

Sampel yang digunakan dalam penelitian kali ini diambil menggunakan *Purposive Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampelnya berdasarkan kriteria tertentu.<sup>67</sup> Dalam penelitian ini penulis menentukan jumlah sampel yang akan diteliti sebanyak 95 responden. Adapun kriteria dari pengambilan sampel adalah sebagai berikut:

- a. Responden merupakan nasabah Bank Syariah Indonesia yang berdomisili kudus.
- b. Responden merupakan pria atau wanita berusia 17 – 60 tahun.
- c. Responden merupakan nasabah Bank Syariah Indonesia yang bertransaksi di BSI KC Kudus Ahmad Yani 1 .

Metode pengumpulan data melalui kuesioner. Pertanyaannya berbentuk skala likert pilihan jawaban skala 1-5.

Adapun penentuan jumlah responden yang akan dijadikan sampel menurut rumus Slovin yaitu:<sup>68</sup>

$$N = N / 1 + N.(e)^2$$

n: Jumlah sampel      N : Jumlah populasi

e: *sampling error* (10%)

$$n = N / 1 + N.(e)^2$$

$$n = 1755 / 1 + (1755).(0,1)^2$$

---

<sup>65</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D, (Bandung: Alfabeta, 2016), hlm.80.

<sup>66</sup> Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 Pasal 40 Ayat (1).

<sup>67</sup> R. Purnomo Setiadi Akbar dan Husaini Usman, Pengantar Statistika, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, Edisi II, 2008), hlm .186.

<sup>68</sup> Husein Umar, Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 108.



$$= 1755 / 1 + 17,55$$

$$= 1755 / 18,55$$

$$= 94.6 = 95$$

Jadi jumlah sampel yang akan diambil yaitu sebanyak 95 orang nasabah Bank Syariah Indonesia kantor A.Yani 1 Cabang Kudus.

### **3.4. Teknik Pengumpulan Data**

#### **1. Kuesioner**

Pada teknik kuesioner adalah bentuk cara dalam mengumpulkan data dengan membuat pertanyaan sesuai indikator variabel yang kemudian disebarkan kepada responden supaya mendapatkan jawaban yang akurat dan sesuai realita.

#### **2. Studi Kepustakaan**

Teknik ini digunakan dengan cara mengumpulkan data melalui pembentukan kajian untuk menganalisis berbagai literatur, buku, laporan yang tersedia yang isi dari semua itu berhubungan dengan masalah yang akan dikerjakan.<sup>69</sup> Teknik studi kepustakaan digunakan penulis sebagai sarana untuk melengkapi data penelitian yang dibutuhkan dari berbagai literatur kepustakaan seperti jurnal, artikel, dan sebagainya yang memiliki kaitan dengan variabel kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah serta loyalitas nasabah.

### **3.5. Definisi Operasional Variabel Penelitian**

Pengertian dari variabel penelitian yaitu inti pokok dari objek penelitian atau hal pokok yang dijadikan tujuan utama dari penelitian yang dijalankan.<sup>70</sup> Objek yang dipakai dari penelitian ini merupakan nasabah dari Bank Syariah Indonesia KC Kudus sebagai responden. Variabel penelitian biasanya juga disebut sebagai sekelompok objek yang akan diteliti dan memiliki variasi macam satu dengan yang lain dalam kelompok itu.<sup>71</sup> Dalam sebuah penelitian terdapat dua bentuk variabel yakni variabel terikat (dependent) dan variabel bebas (independent) :

#### **1. Variabel Dependen**

Variabel Dependen atau juga variabel terikat yaitu merupakan variabel yang

---

<sup>69</sup> Sugiyono, Memahami Penelitian Kualitatif, (Bandung: Alfabeta,2012), hlm. 59.

<sup>70</sup> Suharsimi Arikunto, Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik, (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), hlm. 99.

<sup>71</sup> Muchammad Fauzi, Metode Penelitian Kualitatif, (Semarang:Walisongo Press, 2009), hlm. 81.

dipengaruhi oleh variabel bebas atau juga jadi akibat adanya variabel sebab atau bebas.<sup>72</sup> Penelitian ini mempunyai variabel terikat (dependen) berupa variabel loyalitas nasabah. Loyalitas nasabah ini akan didapatkan dari pengisian kuesioner yang dilakukan oleh responden. Loyalitas nasabah merupakan variabel penting dalam sebuah perusahaan terutama perusahaan jasa seperti perbankan karena tanpa adanya loyalitas dari nasabah, perbankan syariah tidak ada artinya. Indikator dari loyalitas nasabah adalah sebagai berikut :

a. Melakukan pembelian ulang secara teratur

Nasabah yang merasa puas dengan hubungan transaksi dengan pihak bank akan menciptakan hubungan erat antara nasabah dengan bank, sehingga nasabah akan rutin menggunakan jasa pelayanan dari pihak bank.

b. Melakukan pembelian diluar lini produk/jasa

Nasabah yang menjadi setia kepada perusahaan akan mencoba produk lain yang diciptakan dari perusahaan tersebut.

c. Merekomendasikan produk

Nasabah yang setia akan menawarkan produk dan jasa kepada nasabah lain tentang kepuasan yang dia peroleh. Oleh karena itu, nasabah yang loyal merupakan aset besar untuk perusahaan, selain menawarkan nasabahnya akan terus menggunakan produk dan jasa dari perusahaan.

d. Menampakkan kekebalan terhadap produk pesaing yang sejenis

Nasabah akan menolak untuk mengakui adanya jenis produk atau jasa bank lain. Nasabah percaya dengan produk atau jasa yang mereka pakai saat ini, sehingga tidak mudah bagi nasabah berpaling ke produk atau jasa lain, nasabah merasa jika produk yang digunakan merupakan produk terbaik yang sesuai dengan keinginannya.

## 2. Variabel Independen

Variabel Independen adalah variabel bebas atau variabel yang menjadi penyebab yang mempengaruhi suatu variabel lain (variabel dependen). Variabel ini juga sering disebut dengan variabel bebas karena variabel ini bisa dipakai di berbagai penelitian dan bisa mempengaruhi variabel terikat.<sup>73</sup> Berikut ini merupakan beberapa variabel independen yang ada dalam penelitian ini yaitu :

- Kualitas Pelayanan adalah faktor penting pada saat para konsumen ingin

---

<sup>72</sup> Erlina, Metodologi Penelitian, (Medan: USU Press, 2011), hlm. 36.

<sup>73</sup> Shofian Siregar, Statistika Deskriptif untuk Penelitian; Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2010), hlm.110.

memberikan pilihan perusahaan mana yang akan mereka pilih untuk memenuhi kebutuhan mereka. Para konsumen tentunya memiliki harapan-harapan tertentu dalam pelayanan yang ingin mereka dapatkan dari perusahaan yang mereka gunakan. Perusahaan yang selalu bisa memenuhi harapan konsumen akan menikmati kelancaran dalam kegiatan usahanya dan memiliki pelanggan yang setia. Berikut ini adalah indikator dari kualitas pelayanan yaitu :

- a. *Tangible* atau bukti langsung yaitu kehandalan dari perusahaan untuk memperlihatkan kebiasaannya untuk orang lain, pertunjukan dan kemampuan media bentuk fisik perusahaan serta situasi lingkungan sekitarnya. Bukti realita dari pelayanan yang diberi oleh perusahaan yang menyediakan jasa yang meliputi kemudahan fisik berbentuk gedung dan gudang perlengkapan, peralatan yang dapat digunakan berupa teknologi, dan penampilan pegawainya. Misalnya desain produk yang menarik dan unik, tampilan gedung perusahaan yang berbeda, atau penampilan karyawan yang rapi. Bukti nyata diperlukan karena dalam menarik pelanggan tentunya harus didukung oleh sumber daya yang menyenangkan.
- b. *Reliability* atau keandalan yaitu bentuk kebiasaan dari perusahaan dalam menangani pemberian jasa kepada pelanggan sesuai dengan yang telah disepakati dengan kenyataan yang diberikan serta pelayanan yang tepat sasaran. Hasil kerja harus sepadan dengan keinginan nasabah yang berisi ketelitian waktu, pelayanan yang serupa untuk semua nasabah tanpa kesalahan, tingkah laku yang baik dan dengan ketepatan yang sesuai. Kemampuan dari perusahaan untuk memberikan layanan sesuai kesepakatan dan bisa di percaya. Pelanggan akan lebih senang bila pelayanan yang diberikan sangat cekatan dan tangkas.
- c. *Responsiveness* atau daya tanggap yaitu kemampuan dalam melakukan pelayanan secara tepat dan sigap untuk konsumen dengan menyampaikan informasi secara jelas. Konsumen tidak seharusnya dibuat menunggu lama tanpa adanya alasan yang jelas agar tidak membuat konsumen berpikiran buruk tentang kualitas dari pelayanan. Pelayanan yang cepat dan sigap tentu saja akan membuat pelanggan merasa sangat puas.
- d. *Assurance* atau jaminan yaitu rasa percaya dari pelanggan, kesopansantunan, dan kemampuan para karyawan perusahaan untuk menambah rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Mereka akan cenderung menaruh kepercayaan lebih pada perusahaan yang memberikan jaminan.

- e. *Empathy* atau Empati adalah memberi perhatian secara tulus dan personal kepada konsumen dengan berusaha mewujudkan keinginan konsumen. Ketika bisnis diharapkan punya pemahaman dan pengetahuan tentang konsumen, mengerti kebutuhan khusus pelanggan, dan memiliki waktu yang nyaman dengan pelanggan. Oleh karena itu, menggunakan kata-kata yang santun dalam melayani pelanggan menjadi hal penting untuk membangun loyalitas.
- Kepuasan Nasabah adalah pokok perusahaan jasa yakni bank adalah kepuasan nasabah digunakan menjadi titik penilaian nasabah dengan membandingkan antara harapan nasabah dengan realita yang diterima sesuai harapan sehingga nasabah merasa puas. Indikator kepuasan nasabah yaitu :
  - a. Berkeinginan untuk Melakukan Pembelian Ulang

Indikator ini sangat penting untuk mempertahankan pelanggan lama. Saat seseorang merasa ingin membeli lagi produk itu, berarti perusahaan sudah berhasil dalam menjalankan misinya.
  - b. Bersedia Melakukan Rekomendasi

Seperti yang telah disebutkan bahwa adanya rekomendasi dari satu pelanggan lain, akan menjadi salah satu penentu tingkat kepuasan pelanggan. Saat satu produk memiliki kualitas yang bagus, pelanggan yang puas tentu akan bersedia dengan senang hati merekomendasikan. Apalagi bila ditambah dengan pelayanan yang baik, tentu keinginan untuk memberikan rekomendasi kepada orang lain akan meningkat.
  - c. Kepuasan Pelanggan Secara Menyeluruh

Cara mengetahui indikator ini adalah dengan menanyakan pada pelanggan tentang produk maupun pelayanan yang diberikan secara langsung. Lalu, pelanggan akan memberikan ulasanya kepada perusahaan, dan dengan ini perusahaan akan mengetahui secara garis besar bagaimana tingkat kepuasan mereka.
  - d. Kemudahan Dalam Mengakses Produk

Kemudahan dalam mengakses produk yang akan dibeli. Perusahaan berkewajiban berusaha memudahkan konsumen untuk mendapatkan dan membeli produk yang mereka sediakan untuk umum. Konsumen cenderung malas membeli produk yang susah dimengerti dan sulit ditemukan dan lebih memilih produk yang lebih mudah.

e. Cara Mengiklankan Suatu Produk

Indikator kepuasan konsumen lainnya yaitu menampilkan iklan produk. Bisnis harus mengiklankan produk yang gampang dipahami dan relevan dengan tujuan pasar. Iklan dengan estetika etika dan sosial juga kebanyakan disukai pelanggan

### 3.6. Teknik Analisis Data

Jenis dari penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode menganalisis data yang dipakai adalah metode regresi linear yaitu cara untuk memilih secara hitungan variabel mana yang memang mempunyai pengaruh antar satu sama lain, sehingga teknik analisis ini bisa menjawab semua rangkaian pertanyaan yang paling penting, yang di abaikan, dan faktor keduanya berinteraksi satu sama lain.<sup>74</sup> Untuk menguji dan menganalisis data digunakan *software Statistic Program for Social Science* (SPSS 20). Berikut adalah jenis-jenis analisis data yaitu :

#### 1. Uji Validitas

Uji validitas yaitu uji yang dipakai sebagai cara untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Kuesioner disebut sah jika pertanyaan yang hendak digunakan telah diukur tingkat validitasnya. Uji ini digunakan untuk menjelaskan butir pertanyaan yang akan di tes dari kuesioner.<sup>75</sup> Uji validitas dari sebuah penelitian dipakai untuk menjelaskan tentang isi pertanyaan yang ada di dalam kuesioner. Apakah pertanyaan relevan atau tidak yaitu memakai cara menentukan korelasi yang terjadi dengan skor butir pertanyaan dengan total keseluruhan skor. Bentuk signifikansi pertanyaan pada penelitian ini bisa dilihat pada kolom atau baris total skor, apabila kolom atau baris masing-masing total pertanyaan menghasilkan tanda bintang , maka data pertanyaan itu telah signifikan. Tanda bintang yang muncul memiliki dua kemungkinan: <sup>76</sup>

- e. Jika pertanyaan memunculkan bintang satu itu berarti hubungan signifikan pada level 5% (0,05) untuk dua sisi.
- f. Jika pertanyaan memunculkan bintang dua itu berarti hubungan signifikan pada level 1% (0,01) untuk dua sisi.

Validitas menampakkan bagaimana kecermatan dan ketepatan bagaimana ukuran dalam melakukan fungsi alat ukurnya. Kriteria yang digunakan pada uji validitas sebagai berikut:

---

<sup>74</sup> <https://penelitianilmiah.com>, (diakses tanggal 30 Desember 2021 pukul 20.00 wib).

<sup>75</sup> Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, cet 7, 2013), hlm. 52.

<sup>76</sup> Anton Bawono, *Multivariate Analysis dengan SPSS*, (Salatiga: STAIN Salatiga Press, 2006), hlm.76.

- Jika  $r$  hitung mendapatkan hasil positif atau  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel maka isi pernyataan tersebut valid.
- Jika  $r$  hitung mendapatkan hasil negatif atau  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel maka isi pernyataan tersebut tidak valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah alat pengujian untuk mengukur suatu kuesioner yang menjadi inti dari suatu variabel. Kuesioner bisa dibilang handal yaitu apabila bentuk jawaban dari responden penelitian terhadap pertanyaan adalah jawaban yang konsisten atau stabil dari masa ke masa.<sup>77</sup>

Pada intinya uji reliabilitas dipakai sebagai alat menguji data yang telah didapatkan oleh peneliti melalui kuesioner yang telah dibagikan kepada responden. Sebuah kuesioner bisa dikatakan reliabel apabila jawaban responden terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari masa ke masa. Cara yang digunakan dalam pengukuran reliabilitas ini adalah teknik *cronbach alpha*. Rumusnya yaitu jika  $r$  hitung  $>$  0,60 maka butir pertanyaan bisa dikatakan reliabel. Jika  $r$  hitung  $<$  0,60 maka butir pertanyaan dikatakan belum reliabel.

## 3. Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan dengan tujuan yaitu untuk mengetahui apakah data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau tidak. Tujuan utama dari uji normalitas yaitu untuk memastikan apakah model regresi residual pengganggu mempunyai distribusi yang normal. Cara untuk mengecek apakah residual berdistribusi normal atau tidak adalah dengan dilaksanakan uji Kolmogrov-smirnov test yang ada di program SPSS.

Dalam distribusinya, data bisa dikatakan normal jika nilai signifikan  $>$  0,05. Ada beberapa cara untuk mengeceknya, salah satunya dengan analisis grafik. Dengan metode grafik bisa terlihat distribusinya normal atau tidak melalui grafik histogram dan normal *probability plot*.<sup>78</sup>

Melihat *probability plot* adalah sebagai berikut :

- 1) Apabila data menyebar disekitaran garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model dari regresi sesuai dengan syarat normalitas.
- 2) Apabila data menyebar secara acak dan berjauhan dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diaagonal, maka model dari regresi tidak memenuhi syarat normalitas.

---

<sup>77</sup> Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21, hlm. 174.

<sup>78</sup> Ibid, hlm.47.

#### 4. Uji Multikolinieritas

Pada uji multikolinieritas dalam sebuah penelitian memiliki tujuan berupa pengujian terhadap bentuk regresi yang didapatkan ada korelasi pada tiap variabel bebas. Pada alat pengujian ada atau tidak multikolinieritas pada model regresi ialah melalui pemantauan kedua nilai *tolerance* dan VIF. Dua hal dari pengukuran itu bisa menjelaskan tentang variabel bebas mana yang diberi penjelasan oleh variabel bebas yang lain. Oleh karenanya, nilai toleransi yang kecil disamakan dengan nilai VIF yang besar. Pada umumnya penggunaan nilai agar ditunjukkan bahwa terdapat multikolinieritas yakni :

- a. Jika nilai VIF < 10 dan nilai toleransi > 0,01 maka tidak terjadi multikolinieritas.
- b. Jika nilai VIF > 10 dan nilai toleransi < 0,01 maka terjadi multikolinieritas.<sup>79</sup>

#### 5. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas bermaksud supaya diketahui residu absolut yang sama dari penelitian yang sedang diamati. Jika dugaan tidak ada heteroskedastisitas yang terjadi, maka tidak ada keefektifan dari mulai dari sampel terkecil sampai dengan sampel terbesar secara efisien dan diprediksi tidak ada keakuratan yang terjadi. Penelitian ini memakai pengujian heteroskedastisitas yang diamati melalui titik pada *scatter plot* regresi. Teknik itu dilakukan dengan mengamati tentang grafik *scatter plot* dari ZPRED terhadap SRESID, ada atau tidaknya sebuah gambaran yang berada di grafik *scatter plot* dari ZPRED terhadap SRESID yang mana pada sumbu y merupakan setelah prediksi serta sumbu x merupakan residu yaitu selisih dari y yang diprediksi serta y yang berdasarkan oleh kenyataan. Jika ada bentuk pola, contohnya beberapa titik yang dapat membentuk sebuah pola yang memiliki tingkat teratur seperti gelombang, terjadi pelebaran kemudian penyempitan, dengan demikian terdapat heteroskedastisitas.<sup>80</sup>

#### 6. Analisis Regresi Berganda

Analisis ini digunakan dalam menguji pengaruh beberapa variabel independen yang dirumuskan dengan :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Loyalitas Nasabah

---

<sup>79</sup> Imam Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program SPSS IBM SPSS 23, (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), hlm. 103-104.

<sup>80</sup> Ibid, hlm.134.

- a = Konstanta
- X1 = Kualitas Pelayanan
- X2 = Kepuasan Nasabah
- $\beta_1 X_1$  = Koefisien regresi
- e = Error.<sup>81</sup>

## 7. Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Uji t parsial dipakai untuk menguji ada atau tidaknya korelasi atau hubungan yang berarti antara variabel bebas yaitu Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah secara parsial dengan variabel terikat yaitu Loyalitas Nasabah.

### a. Penentuan hipotesis nihil dan hipotesis alternatif

Ho:  $b_1 = b_2 = 0$ , artinya tidak adanya pengaruh secara riil antara variabel bebas yaitu Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah secara parsial terhadap variabel terikat yaitu Loyalitas Nasabah.

Ha:  $b_1 = b_2 \neq 0$ , artinya adanya pengaruh yang riil antara variabel bebas yaitu Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah secara parsial terhadap variabel terikat yaitu Loyalitas Nasabah.

### b. Kriteria Pengujian

Apabila nilai probabilitas (signifikan)  $\leq 0,05$  ( $\alpha$ ) atau  $T_{hitung} \geq T_{tabel}$  berarti hipotesis tidak terbukti maka Ho diterima dan Ha ditolak, jika dilakukan uji secara parsial.

Jika nilai probabilitas (signifikan)  $\geq 0,05$  ( $\alpha$ ) atau  $T_{hitung} \leq T_{tabel}$  berarti hipotesis tidak terbukti maka Ho ditolak Ha diterima, bila dilakukan uji secara parsial.

### c. Pengambilan Data Keputusan

Ho diterima atau Ha ditolak jika  $T_{hitung} \leq T_{tabel}$  artinya diantara variabel bebas secara bersamaan memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap variabel terikat.

Ho ditolak atau Ha diterima jika  $T_{hitung} \geq T_{tabel}$  artinya diantara variabel bebas

---

<sup>81</sup> Hengky Latan, Selva Temalagi, Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20, (Bandung: Alfabeta, 2013), hlm.63.



secara bersamaan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat.<sup>82</sup>

## 8. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Pengujian F simultan berfungsi supaya mengetahui apakah variabel bebas bersamaan berpengaruh atau tidak terhadap variabel terikat. Hipotesis yang berasal dari uji F adalah sebagai berikut :

$H_0 = b_1, b_2 = 0$ , variabel independen secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

$H_a = b_1, b_2 \neq 0$ , variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Adapun bisa disimpulkan sebagai berikut:<sup>83</sup>

Membandingkan berapa nilai dari F Tabel yang ada di dalam tabel *Analysis of Variance* dengan F Ratio (F hitung) yang dihasilkan. Jika nilai F hitung lebih kecil daripada F tabel maka hasilnya adalah hipotesis nol  $H_0$ , yang bisa diuraikan yaitu semua variabel independen secara simultan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Akan tetapi jika F hitung lebih besar daripada F tabel maka hasilnya adalah hipotesis alternatif  $H_a$ , yang bisa diuraikan jika semua variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai variabel dependen.

Berdasarkan dari probabilitas, jika tingkat signifikasinya ( $\alpha$ ) > 0,05 maka semua variabel independen secara simultan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Jika nilai probabilitas ( $\alpha$ ) < 0,05 maka semua variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

## 9. Uji $R^2$ (Koefisien Determinasi)

Koefisien determinasi adalah uji yang bertujuan untuk menakar seberapa mampu model dalam menjelaskan tentang variasi dari variabel dependen. Hasil perhitungan dari Uji  $R^2$  adalah nilai diantara nol sampai satu. Nilai  $R^2$  yang sedikit maka kemampuan dari variabel independen dalam menjelaskan isi variasi tentang variabel dependen sangat terbatas. Apabila nilai yang didapat mendekati satu berarti dari variabel independen memberikan hampir segala informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel

---

<sup>82</sup> Danang Sunyoto, Teori, Kuisisioner, Analisis Data Untuk Pemasaran Dan Perilaku Konsumen, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hlm. 137.

<sup>83</sup> Algifari, Analisis Regresi: Teori, Kasus, Dan Solusi, (Yogyakarta: BPFE, 2000), hlm. 72.

dependen.

Semakin besar nilai dari  $R^2$ , maka akan semakin kuat hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen maka lebih kuat korelasi antara variabel dependen dengan variabel independen begitu juga jika variabel dependen lebih kecil dari moderating variabel maka semakin kuat pula hubungan moderating variabel dengan variabel. Nilai yang mendekati satu berarti bahwa variabel independen memberikan seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi dari variabel dependen dan apabila dalam hasil perhitungannya nilai  $R^2 = 0$  maka artinya variabel dependen tidak dapat dijelaskan oleh variabel independen.

## BAB IV

### ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN HASIL

#### 4.1. Sejarah singkat

Perkembangan ekonomi syariah dapat terlihat dari stabilnya kinerja bank syariah ditengah krisis akibat pandemi covid-19. Hal ini dapat dikatakan bahwa pertumbuhan bank syariah lebih tinggi dibandingkan dengan bank konvensional. Dalam segi aset perbankan syariah naik 10,97% pertahun, sementara dari sisi bank konvensional naik hanya 7,7%. Dalam pertumbuhan DPK bank syariah tumbuh 11,56% pertahun. Angka ini sedikit diatas bank konvensional yang kenaikannya sekitar 11,49%. Dalam segi pembiayaan, bank syariah tumbuh 9,42% pertahun. Dan dari segi bank konvensional hanya tumbuh 0,55%.<sup>84</sup>

Berdasarkan surat dengan nomor: SR-3/PB.1/2021 Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mengeluarkan izin perihal penggabungan tiga bank syariah milik negara yang meliputi PT Bank Syariah Mandiri, PT Bank BNI Syariah, dan PT BRISyariah menjadi Bank Syariah Indonesia. Bank Syariah Indonesia diresmikan oleh pemerintah pada tanggal 1 Februari 2021. Dengan menggabungkan dari tiga bank syariah diharapkan dapat menjadi kelebihan dari ketiga bank syariah, sehingga dapat menciptakan kinerja pelayanan yang baik, jaringan luas yang mudah dijangkau, serta mempunyai kapasitas permodalan yang lebih baik. BSI diciptakan untuk mendorong persaingan tingkat global. Dengan hadirnya BSI sebagai pendorong berkembangnya kegiatan keuangan syariah dengan lebih luas lagi. Bank Syariah Indonesia membuktikan bahwa bank yang menggunakan prinsip syariah sama sekali tidak menurunkan kualitas dari semua kegiatan operasionalnya. Hal ini ditunjukkan oleh keberhasilannya dengan banyaknya nasabah yang memilih Bank Syariah Indonesia sebagai pilihan bank yang tepat. Keberhasilan dari BSI adalah dengan berhasilnya mengembangkan fitur baru dan meningkatkan kinerja layanan digital untuk lebih memudahkan dan memberikan kenyamanan kepada nasabah dengan berbasis online dalam bentuk fasilitas transaksi dan penawaran pembiayaan. “Bank Syariah Indonesia adalah bank pertama yang menciptakan terobosan terbaru yaitu fitur pembukaan rekening online, yaitu masyarakat dapat membuka rekening tabungan Bank Syariah Indonesia tanpa harus mendatangi kantor Cabang. Dengan berbasis online, hal ini dapat memudahkan nasabah dalam melakukan transaksi. Sejak awal diciptakannya fitur rekening online semakin banyak pula masyarakat yang antusias untuk membuka rekening tabungan secara online, hal ini dibuktikan dengan meningkatnya pertumbuhan total aset BSI sebagai bank terbesar ketujuh di Indonesia yaitu

---

<sup>84</sup> <https://bankbsi.co.id>, (diakses tanggal 10 Mei 2022 pukul 12.30 wib).

berjumlah Rp. 240 Triliun, total pembiayaan bank BSI sampai dengan bulan desember 2020 mencapai Rp. 157 Triliun dengan total DPK sebesar Rp. 210 Triliun. Selain itu, Bank Syariah Indonesia juga didukung oleh lebih dari 1300 kantor yang tersebar diseluruh Indonesia, sekitar 2400 ATM dan didukung lebih dari 20.000 karyawan.<sup>85</sup>

#### **4.2. Visi dan Misi**

Visi Dari Bank Syariah Indonesia :

“Top 10 global islamic bank” Membuat bank syariah yang masuk ke dalam daftar 10 besar berdasarkan kapitalisasi pasar secara global dalam waktu 5 tahun ke depan .<sup>86</sup>

Misi Bank Syariah Indonesia :

- 1) Memberi jalan berupa solusi keuangan syariah di Indonesia dengan melayani > 20 juta nasabah sehingga menjadi top 5 bank berdasarkan asset lebih dari 500 Triliun dan nilai buku 50 Triliun di tahun 2005.
- 2) Supaya menjadi bank besar yang bisa memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham menjadi top 5 bank yang paling menghasilkan di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi (PB > 2).
- 3) Supaya menjadi perusahaan yang terpilih dan kebanggaan talenta terbaik Indonesia. Perusahaan dengan nilai yang kuat dan semakin memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.

#### **4.3. Deskripsi Hasil Penelitian**

Gambaran Umum Responden Penelitian ini mengambil pokok masalah mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah. Responden yang diambil datanya dalam penelitian ini sebanyak 95 nasabah dari Bank BSI KC Kudus. Responden yang mengisi kuesioner ini akan di bagi berdasarkan jenis kelamin, usia, dan pendidikan. Identifikasi ini dilakukan untuk mengetahui ciri khas umum dari setiap responden penelitian.

---

<sup>85</sup> <https://bankbsi.co.id> ,(diakses tanggal 10 Mei 2022 pukul 12.30 wib).

<sup>86</sup> Ibid.

**Tabel 4.1**

**Responden berdasarkan jenis kelamin**

Keterangan	Frekuensi	Presentase (%)
<b>Laki-Laki</b>	26	34,45%
<b>Perempuan</b>	69	65,55%
<b>Total</b>	95	100%

Sumber: Data primer diolah dari SPSS 2022

Berdasarkan data tabel diatas, responden laki-laki sebanyak 26 responden atau 34,45% dari keseluruhan responden. Sedangkan responden perempuan sebanyak 69 responden atau 65,55%. Total keseluruhan responden adalah 95. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah perempuan lebih banyak daripada nasabah laki-laki.

**Tabel 4.2**

**Responden berdasarkan usia**

Keterangan	Frekuensi	Presentase (%)
<b>17-30 tahun</b>	70	66,5%
<b>31-45 tahun</b>	20	19%
<b>46-60 tahun</b>	5	4,75%

Sumber: Data primer diolah dari SPSS 2022

Berdasarkan data tabel diatas, responden dengan usia 17-25 tahun sebanyak 70 responden atau 66,5%. Sedangkan responden dengan usia 26-35 tahun sebanyak 20 responden atau 19%. Kemudian responden dengan usia 36-45 tahun sebanyak 5 responden atau 4,75%. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah mayoritas berusia dibawah 25 tahun.

**Tabel 4.3**

**Responden berdasarkan pendidikan terakhir**

Keterangan	Frekuensi	Presentase (%)
<b>SMP Sederajat</b>	5	4,75%
<b>SMA Sederajat</b>	75	71,25%
<b>Diploma / Sarjana</b>	15	14,25%

Sumber: Data primer diolah dari SPSS 2022

Berdasarkan data tabel diatas, responden dengan pendidikan SMP sebanyak 5 responden atau 4,75%. Sedangkan untuk pendidikan SMA ada sebanyak 75 responden atau 71,25%. Kemudian responden dengan pendidikan Diploma/Sarjana sebanyak 15 responden atau 14,25%.

**4.4. Analisis Data dan Pembahasan**

**1. Uji Validitas**

**Tabel 4.4**

**Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan**

Variabel	Item Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Ket
<b>Kualitas Pelayanan (X1)</b>	X1.1	0,746	0,1698	Valid
	X1.2	0,718		Valid
	X1.3	0,707		Valid
	X1.4	0,646		Valid
	X1.5	0,648		Valid
	X1.6	0,798		Valid
	X1.7	0,714		Valid
	X1.8	0,747		Valid

**Tabel 4.5**

**Uji Validitas Variabel Kepuasan Nasabah**

Variabel	Item Pertanyaan	R Hitung	R Tabel	Ket
<b>Kepuasan Nasabah (X2)</b>	X2.1	0,669	0,1698	Valid
	X2.2	0,635		Valid
	X2.3	0,725		Valid
	X2.4	0,693		Valid
	X2.5	0,665		Valid
	X2.6	0,590		Valid
	X2.7	0,672		Valid
	X2.8	0,299		Valid

**Tabel 4.6**

**Uji Validitas Variabel Loyalitas Nasabah**

Variabel	Item Pertanyaan	R hitung	R tabel	Keterangan
<b>Loyalitas Nasabah (Y)</b>	Y.1	0,693	0,1698	Valid
	Y.2	0,657		Valid
	Y.3	0,736		Valid
	Y.4	0,708		Valid
	Y.5	0,665		Valid
	Y.6	0,648		Valid
	Y.7	0,679		Valid
	Y.8	0,329		Valid

Sumber : Data primer diolah dari SPSS 2022

Uji validitas dipakai untuk menilai sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan valid apabila isi pertanyaan pada kuesioner bisa menjelaskan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner itu.<sup>87</sup> Suatu butir kuesioner dinyatakan valid apabila  $R$  hitung  $>$   $R$  tabel. Jika hasil *pearson correlation* berbintang dua dengan nilai signifikansi pada level 5% dan jika berbintang satu dengan signifikansi pada level 1%. Adapun cara mencari  $R$  tabel :  $df = N - 2 = ( 95 - 2 = 93 )$ . Maka  $R$  tabelnya adalah 0,1698. Berdasarkan tabel diatas, maka data untuk uji validitas dinyatakan valid dan kuesioner sudah menggunakan data yang baik.

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah kuesioner yang digunakan bersifat konsisten dan stabil dari waktu ke waktu sehingga dapat digunakan kembali untuk penelitian selanjutnya. Suatu bentuk variabel akan dikatakan reliabel jika responden pada semua pertanyaan adalah reliabel. Kriteria dari suatu instrumen penelitian bisa dikatakan reliabel dengan menggunakan teknik bila koefisien reliabilitas  $>$  0,60.<sup>88</sup> Suatu variabel dinyatakan reliabel ketika nilai *cronbach alpha*  $>$  0,60. Rumus yang dipergunakan sebagai bahan untuk menguji reliabilitas didalam penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus koefisien alpha ( $\alpha$ ) dari *cronbach* yaitu berikut adalah kriteria pengujian pengukuran reliabilitas:

- a. Jika nilai *Cronbach's alpha*  $>$  0,60 maka bentuk variabel tersebut dinyatakan reliabel.
- b. Jika nilai *Cronbach's alpha*  $<$  0,60 maka bentuk variabel tersebut dinyatakan tidak reliabel.

**Tabel 4.7**

### Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Kesimpulan
<b>Kualitas Pelayanan (X1)</b>	0,863	Reliabel
<b>Kepuasan Nasabah (X2)</b>	0,773	Reliabel
<b>Loyalitas Nasabah (Y)</b>	0,795	Reliabel

Sumber : Data diolah pada SPSS tahun 2022

<sup>87</sup> Anton Bawono , ”*Multivariate Analysis dengan SPSS*”, (STAIN Salatiga Press,2006).

<sup>88</sup> Agustina Dwiana, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Cabang Pembantu Tarutung”, Manajemen, 2013.



Berdasarkan tabel uji reliabilitas diatas dapat diketahui dari setiap variabel masing-masing memperoleh nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6. Kualitas Pelayanan sebesar  $0,863 > 0,60$ , Kepuasan Nasabah  $0,773 > 0,60$ , dan Loyalitas nasabah  $0,795 > 0,60$ . Dapat disimpulkan bahwa hasil dari data tiap variabel dinyatakan reliabel karena lebih dari nilai *cronbach's alpha* sehingga data dapat digunakan sebagai bahan penelitian lanjutan kedepannya.

### 3. Uji Normalitas

Uji normalitas memiliki tujuan untuk melihat apakah residual berdistribusi normal atau tidak. Ketentuan dari uji normalitas ini yaitu jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka data tersebut bisa dikatakan berdistribusi normal begitupun sebaliknya jika nilai signifikansi  $< 0,05$  maka data tersebut dikatakan tidak berdistribusi normal.

Apabila nilai *asymptotic significant (2-tailed)* lebih dari 0,05 maka bisa disimpulkan jika data dari variabel telah berdistribusi dengan normal. Hasil dari uji normalitas seluruh variabel menggunakan perhitungan uji Kolmogorov-Smirnov yang dihitung menggunakan software statistic SPSS.

**Tabel 4.8**  
**Uji One Sample Kolmogorov Smirnov**

		Unstandardized Residual
<b>N</b>		95
	<b>Mean</b>	0E-7
<b>Normal Parameters<sup>a,b</sup></b>	<b>Std.Deviation</b>	2.38742687
	<b>Absolute</b>	.059
<b>Most Extreme Differences</b>	<b>Positive</b>	.059
	<b>Negative</b>	-.040
<b>Kolmogorov-Smirnov Z</b>		.573
<b>Asymp. Sig (2-tailed)</b>		.898

Sumber : Data primer diolah dari SPSS tahun 2022

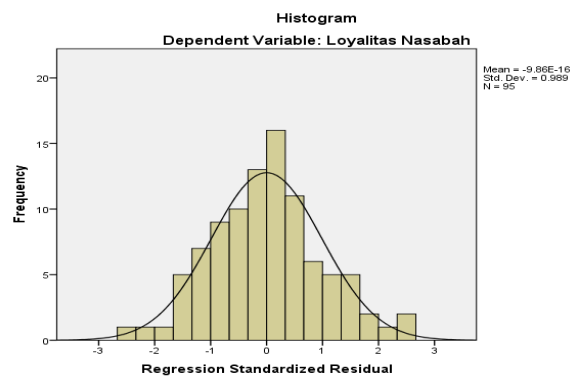
Berdasarkan hasil data olahan pada tabel diatas, nilai *Asymp.Sig (2-tailed)*  $0,898 > 0,05$ . Hal ini dikatakan bahwa data yang diuji memenuhi syarat normalitas. Maka dapat

disimpulkan nilai residual berdistribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas. Data dari variabel kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah dinyatakan normal sehingga bisa dilanjutkan untuk uji data selanjutnya.

Kemudian uji normalitas bisa dilihat dari grafik histogram yang ada pada pengujian melalui SPSS juga. Kurva yang berdistribusi normal maka bentuk kurvanya yakni berbentuk kurva parabola naik keatas. Apabila kurva berbentuk garis linier maka bisa dikatakan data tidak berdistribusi secara normal. Berikut adalah hasil dari grafik histogram data olahan ini :

**Gambar 4.1**

### Uji Normalitas Histogram

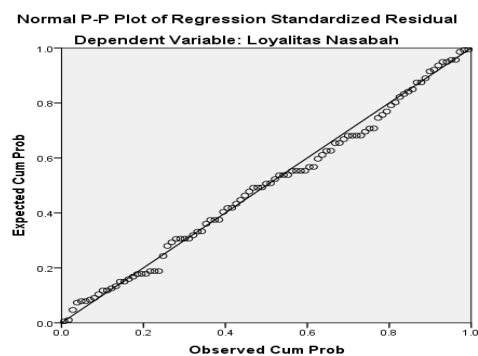


Sumber : Data primer diolah dari SPSS 2022

Berdasarkan grafik gambar di atas, uji normalitas dengan histogram bisa disimpulkan bahwa seluruh variabel berdistribusi normal dikarenakan kurva histogram menyerupai parabola bukan garis lurus linear.

**Gambar 4.2**

### Uji Normalitas P-Plot



Sumber: Data diolah SPSS 2022

Dari grafik normalitas P-plot di atas bisa diartikan jika penyebaran titik data berada di sekitar garis normal dan titik-titik menyebar diatas dan di bawah angka 0 pada sumbu diagonal. Dari uji normalitas P-Plot diatas dapat disimpulkan bahwa variabel berdistribusi normal.

#### 4. Uji Multikolinearitas

**Tabel 4.9**  
**Uji Multikolinearitas**

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standar dized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
<b>(Constant)</b>	16.112	2.972		5.421	.000		
<b>Kualitas Pelayanan</b>	.092	.091	.109	1.012	.314	.733	1.364
<b>Kepuasan Nasabah</b>	.363	.096	.406	3.782	.000	.733	1.364

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber : Data primer diolah dari SPSS tahun 2022

Tujuan dari dilakukannya uji ini untuk menguji ada atau tidaknya hubungan yang kuat antar variabel independen. Model regresi yang baik ialah tidak terjadi kolerasi antar variabel bebas (independen) yaitu dengan tidak terjadi gejala multikolinearitas. Ketentuan dalam pengujian ini ialah jika nilai *Tolerance* > 10 dan nilai VIF < 10 maka dapat ditarik kesimpulan tidak terjadi adanya gejala multikolinearitas.

Berdasarkan hasil data pada tabel uji multikolinearitas diatas menunjukkan bahwa *Tolerance* untuk variabel Kualitas Pelayanan dan variabel Kepuasan Nasabah sebesar 0,733. Berarti  $0,733 > 0,10$  yang berarti nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,10. Sedangkan nilai VIF untuk variabel Kualitas Pelayanan dan variabel Kepuasan Nasabah sebesar 1,364. Dengan demikian bahwa  $1,364 < 10$ , sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas. Dengan hasil tabel diatas, maka dari hasil tersebut bisa disimpulkan bahwa tidak adanya multikolinearitas antar variabel independen.

## 5. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari uji ini yaitu untuk menunjukkan apakah dalam model regresi terjadi adanya ketidaksamaan *variance* dari residual pengamatan satu ke pengamatan lain bersifat tetap. Berdasarkan metode pengukuran *glesjer* terjadi atau tidaknya gejala heteroskedastisitas yaitu melalui ketentuan sebagai berikut :

**Jika nilai Sig. > 0.05 : Tidak terjadi gejala Heterokedastisitas**

**Jika nilai Sig. < 0.05 : Terjadi gejala Heterokedastisitas**

**Tabel 4.10**

### **Uji Heterokedastisitas**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardize	t	Sig.
	B	Std. Error	d Coefficients Beta		
( Constant )	3.019	2.368		1.275	.206
<b>Kualitas Pelayanan</b>	.001	.070	.001	.009	.993
<b>Kepuasan Nasabah</b>	-.019	.062	-.033	-.305	.761

a. Dependent Variable: Abs\_Res

Sumber : Data primer diolah dari SPSS tahun 2022

Berdasarkan dari gambar pada uji *glesjer* diatas, bisa dilihat bahwa nilai signifikansi untuk kedua variabel independen masing-masing bernilai 0.993 dan 0.761 yang berarti lebih dari 0.05 . Hal ini menunjukkan bahwa data penilaian bebas dari gejala heterokedastisitas.

## 6. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan dalam menguji pengaruh beberapa variabel independen yang dirumuskan dengan :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Loyalitas Nasabah

a = Konstanta

X1 = Kualitas Pelayanan

X2 = Kepuasan Nasabah

$\beta_1 X_1$  = Koefisien regresi

e = Error.

**Tabel 4.11**

**Analisis Regresi Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	16.112	2.972		5.421	.000		
Kualitas Pelayanan	.092	.091	.109	1.012	.314	.733	1.364
Kepuasan Nasabah	.363	.096	.406	3.782	.000	.733	1.364

Sumber : Data diolah SPSS tahun 2022

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, maka bisa ditulis persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 16.112 + 0,092 X_1 + 0,363 X_2 + e$$

Persamaan ini bisa dipahami sebagai berikut :

- Nilai konstanta 16.112 menjelaskan bahwa Loyalitas Nasabah akan dianggap naik sebesar 16.112 jika Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah bernilai 0
- $\beta_1 = 0,092$ , jika Kualitas Pelayanan bertambah 1 satuan maka Loyalitas Nasabah akan naik sebesar 0,092 dengan variabel lain tetap konstan.
- $\beta_2 = 0,363$ , jika Kepuasan Nasabah bertambah 1 satuan maka Loyalitas Nasabah akan naik sebesar dengan variabel lain tetap konstan

### 7. Uji Parsial (t)

Uji t-test digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh secara parsial atau individu dari setiap variabel, dengan melihat tingkat Sig < 0,05 variabel independen dengan variabel dependen. Dasar dari pengambilan hasil uji t parsial adalah :

- a. Apabila hasil dari nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel maka variabel bebas dikatakan berpengaruh terhadap variabel terikat.
- b. Apabila hasil dari nilai  $t$  hitung  $<$   $t$  tabel maka variabel bebas dikatakan tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.
- c. Apabila hasil nilai  $sig < 0,05$  maka variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
- d. Apabila hasil nilai  $sig > 0,05$  maka variabel bebas dianggap tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.
- e.  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak jika nilai  $t$  hitung  $<$   $t$  tabel atau jika nilai  $sig > 0,05$ . Artinya variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
- f.  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima apabila nilai  $t$  hitung  $<$   $t$  tabel atau jika nilai  $sig < 0,05$ . Artinya variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Nilai tingkat kebebasan (df)  $n-k-1$  yaitu  $95-2-1 = 92$  (  $n$  adalah jumlah responden dan  $k$  adalah jumlah variabel independen) sehingga hasil yang diperoleh untuk  $t$  tabel sebesar 1.660 Dari hasil olah data dapat disajikan pada berikut:

**Tabel 4.12**

**Uji t Parsial**

Model	Unstandardized		Standardize	T	Sig.	Collinearity	
	Coefficients		d			Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	16.112	2.972		5.421	.000		
Kualitas Pelayanan (X1)	.092	.091	.109	1.012	.314	.733	1.364
Kepuasan Nasabah (X2)	.363	.096	.406	3.782	.000	.733	1.364

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber : Data diolah dari SPSS tahun 2022

Pengaruh Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) terhadap Loyalitas Nasabah ( $Y$ ) berdasarkan dari tabel tersebut bisa dilihat jika  $t$  hitung sebesar 1,012 dan  $t$  tabel sebesar 1,660 yang mana  $t$  hitung lebih kecil daripada  $t$  tabel ( $1,012 < 1,660$ ), hal ini menunjukkan jika variabel Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Loyalitas

Nasabah. Tingkat signifikan lebih besar dari alpha ( $0,314 > 0,05$ ) maka dapat diperoleh  $H_0$  diterima  $H_1$  ditolak artinya variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah ( $Y$ ).

Berdasarkan dari hasil perhitungan tersebut maka bisa diartikan jika kualitas pelayanan tidaklah memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Indonesia KC Kudus. Semakin berkualitas baik kualitas pelayanan tidak akan mempengaruhi loyalitas nasabah kepada Bank Syariah Indonesia KC Kudus. Peningkatan atau penurunan kualitas pelayanan tetap tidak bisa mempengaruhi loyalitas nasabah pada Bank Syariah Indonesia KC Kudus.

Pengaruh Kepuasan Nasabah ( $X_2$ ) Terhadap Loyalitas Nasabah ( $Y$ ) Dari tabel di atas terlihat  $t$  hitung 3,782 dan  $t$  tabel 1,660 dimana  $t$  hitung lebih besar dari  $t$  tabel ( $3,782 > 1,660$ ) ini menunjukkan variable independen kepuasan nasabah berpengaruh terhadap variabel dependen loyalitas nasabah. Tingkat signifikan lebih besar dari *alpha* ( $0,000 < 0,05$ ) maka dapat diperoleh  $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima artinya kepuasan nasabah ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah ( $Y$ ).

Dari hasil perhitungan yang telah diuraikan diatas maka bisa diartikan jika Kepuasan Nasabah berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Syariah Indonesia KC Kudus. Jika tingkat kepuasan dari nasabah pada BSI KC Kudus mengalami kenaikan peningkatan maka loyalitas nasabah akan mengalami kenaikan juga. Begitu pula sebaliknya apabila mengalami penurunan maka akan berpengaruh juga.

## **8. Uji F (Simultan )**

Uji koefisien regresi yang dilakukan secara bersama-sama dilakukan dengan uji F atau ANOVA. Pengujian ini dipakai untuk menguji apakah variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat atau tidak dan digunakan sebagai cara untuk mengetahui apakah model regresi bisa dipakai untuk memprediksi variabel terikat atau tidak. Jika hasilnya signifikan berarti hubungan yang terjadi bisa dapat untuk populasi atau dapat di cari secara umum.

Pengujian yang dilakukan dengan uji F atau ANOVA menggunakan nilai taraf signifikansi sebesar 0,05 jika dilakukan uji 2 sisi dengan derajat kebebasan 95% dan nilai  $\alpha = 5\%$ ,  $df_1$  (jumlah variabel-1) dan  $df_2$  ( $n-k-1$ ) atau  $95-2-1 = 92$ , maka hasil yang diperoleh untuk F tabel sebesar 3,09. Uji F ditujukan untuk menguji hipotesis dari penelitian yang menyatakan jika variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan Kepuasan Nasabah ( $X_2$ )

memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Nasabah (Y). Hasil pengujian hipotesis yang dilakukan secara bersama-sama dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.13**  
**Uji F (Simultan )**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
<b>Regression</b>	153.208	2	76.604	13.154	.000 <sup>b</sup>
<b>1 Residual</b>	535.782	92	5.824		
<b>Total</b>	688.989	94			

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

b. Predictors: (Constant), Kepuasan Nasabah, Kualitas Pelayanan

Sumber : Data diolah dari SPSS tahun 2022

Dari tabel di atas dapat dilihat pengujian ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai F hitung dengan F tabel karena nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel ( $13,154 > 3,09$ ). Nilai F hitung 13,154 dengan tingkat signifikan ( $0,000 < 0,05$ ). Maka diperoleh  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima, yang berarti antara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah secara bersama-sama secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Sesuai dengan hasil dari pembahasan diatas maka dapat diartikan bahwa besarnya pengaruh kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah dan pengaruh kepuasan nasabah terhadap berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah. Akan tetapi jika diuji secara bersama-sama maka kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan kepuasan nasabah ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y).

Kualitas pelayanan meningkat maka tidak mempengaruhi loyalitas nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Kudus, sebaliknya jika kepuasan nasabah pada mengalami peningkatan maka sangat berpengaruh pada peningkatan loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia KC Kudus. Sebaliknya jika kepuasan nasabah menurun maka akan mempengaruhi turunnya loyalitas nasabah pada Bank Syariah Indonesia KC Kudus.



## 9. Uji R<sup>2</sup> (Koefisien Determinasi)

Uji analisis koefisien determinasi dalam regresi linear berganda dipakai sebagai alat untuk mengetahui berapa persentase sumbangan pengaruh variabel bebas yang terdiri dari Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>) dan Kepuasan Nasabah (X<sub>2</sub>) terhadap Loyalitas Nasabah (Y). Hasil koefisien determinasi bisa dilihat dari tabel uji koefisien berikut ini:

**Tabel 4.14**  
**Koefisien Determinasi R<sup>2</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.472 <sup>a</sup>	.222	.205	2.413

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>), Kepuasan Nasabah (X<sub>2</sub>)

b. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

Sumber : Data diolah dari SPSS 2022

Berdasarkan hasil tabel diatas bisa diketahui jika nilai koefisien korelasi atau nilai R adalah 0,472 yang artinya terdapat korelasi yang kuat secara searah antara variabel Kualitas Pelayanan dan variabel Kepuasan Nasabah kepada variabel Loyalitas Nasabah sebesar 47,2 % sehingga lumayan mendekati hasil maksimal. Sedangkan hasil dari R<sup>2</sup> atau R Square bisa diketahui bahwa dijelaskan pada variabel terikat Loyalitas Nasabah yaitu sebesar 0,222 atau 22,2%. Nilai dari *Adjusted R Square* atau Koefisien Determinasi mendapatkan hasil sebesar 0,205 yang artinya bahwa pengaruh variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah sebesar 20,5%, sedangkan 79,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang hampir sama.

### 4.5. Pembahasan Hasil Analisis Data

Hasil Analisis Data Berdasarkan hasil dari perhitungan analisis data yang telah dilakukan, dapat terlihat bahwa masing-masing variabel independen dapat berpengaruh terhadap variabel dependen. Pengaruh masing- masing variabel akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah dari hasil dari pengujian pada variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah bisa dilihat dalam uji t atau secara parsial yang mana uji t menunjukkan nilai t hitung sebesar 1,012 dan t tabel

sebesar 1,660 dimana hasil dari t hitung lebih kecil daripada t tabel ( $1,012 < 1,660$ ), hal ini menunjukkan jika variabel Kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Loyalitas Nasabah. Tingkat nilai signifikan lebih besar dari alpha ( $0,314 > 0,05$ ) maka dapat diperoleh  $H_0$  diterima  $H_1$  ditolak artinya variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y).

Berarti dalam penelitian ini, nasabah Bank Syariah Indonesia KC Kudus tidak begitu peduli dengan kualitas pelayanan. Meskipun menurut data kuesioner yang telah dikumpulkan sebagian besar nasabah menjawab kualitas pelayanan pada Bank Syariah KC Kudus sudah baik dan sesuai, akan tetapi jika ada penurunan kualitas maka nasabah cenderung tidak peduli dan tetap loyal kepada Bank Syariah Indonesia KC Kudus. Hal ini tentu harus menjadi tolak ukur bagi Bank Syariah Indonesia KC Kudus. Apa yang menyebabkan nasabah tidak begitu peduli dengan kualitas pelayanan pada Bank Syariah Indonesia KC Kudus. Oleh karena itu, maka hasil penelitian ini adalah hipotesis  $H_1$  yaitu kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah ditolak.

2. Pengaruh Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah dari hasil dari pengujian secara statistik pada variabel kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah dapat dilihat dalam uji t test (parsial), yang menunjukkan nilai t hitung adalah sebesar 3,782 dan t tabel sebesar 1,660 yang mana t hitung lebih besar daripada t tabel ( $3,782 > 1,660$ ), hal ini menunjukkan jika variabel bebas Kepuasan Nasabah memiliki pengaruh terhadap variabel terikat Loyalitas Nasabah. Hasil dari tingkat signifikan lebih kecil dari nilai alpha ( $0,000 < 0,05$ ) maka diperoleh hasil  $H_0$  ditolak  $H_2$  diterima artinya Kepuasan Nasabah ( $X_2$ ) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah (Y).

Berikut adalah hasil dari pembahasan diatas yaitu bisa dijelaskan bahwa kepuasan nasabah sangat berpengaruh terhadap loyalitas dari nasabah Bank Syariah Indonesia KC Kudus. Apabila kepuasan nasabah pada Bank Syariah KC Kudus mengalami peningkatan maka loyalitas nasabah juga pasti akan meningkat. Begitu pula sebaliknya apabila kepuasan nasabah mengalami penurunan maka akan berpengaruh juga terhadap penurunan pada loyalitas nasabah. Nasabah yang merasa puas setelah melakukan transaksi dengan perbankan akan merasakan keinginan untuk menggunakan layanan perbankan tersebut di kemudian hari.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Jaka Atmaja (2018) dalam penelitian berjudul “Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB”, dari hasil perhitungan bisa diketahui bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah berpengaruh dengan kuat terhadap Loyalitas Nasabah. Oleh karena itu, hipotesis H2 yaitu kepuasan nasabah mempunyai hasil positif dan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah dinyatakan diterima.

3. Hasil perhitungan dari Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah yang diuji secara bersama atau simultan bisa dilihat dari pengujian ini dengan cara membandingkan nilai F hitung dengan nilai pada F tabel. Nilai F hitung sebesar 13,154 dan nilai F tabel sebesar 3,09 maka bisa dituliskan sebagai  $(13,154 > 3,09)$ . Nilai dari F hitung sebesar 13,154 dengan tingkat signifikan  $(0,000 < 0,05)$ . Maka diperoleh  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima, yang berarti diantara kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah apabila dijalankan secara bersama-sama atau simultan akan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Sesuai dari hasil pembahasan diatas telah dijelaskan bahwa pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah tidak berpengaruh secara signifikan dan pengaruh kepuasan nasabah berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah. Jika kualitas pelayanan meningkat maka tidak akan mempengaruhi loyalitas nasabah di Bank Syariah Indonesia KC Kudus, sebaliknya apabila kepuasan dari nasabah meningkat maka akan sangat mempengaruhi kenaikan loyalitas pada nasabah Bank Syariah Indonesia KC Kudus. Jika kualitas pelayanan menurun maka tidak menurunkan loyalitas nasabah pada Bank Syariah Indonesia KC Kudus. Sebaliknya apabila tingkat kepuasan dari nasabah menurun maka loyalitas nasabah pada Bank Syariah Indonesia juga ikut menurun. Akan tetapi jika kedua variabel ini diujikan secara bersama, kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Indonesia KC Kudus.

Hal ini bisa disebabkan karena variabel kualitas pelayanan dibantu oleh variabel kepuasan nasabah menjadi lebih dominan sehingga hasilnya menjadi signifikan pada loyalitas nasabah. Penting bagi nasabah supaya mereka tetap loyal harus di beri pelayanan terbaik dan menjadikan nasabah puas dengan Bank Syariah Indonesia KC Kudus sehingga menjadi setia untuk menggunakan produk dari BSI KC Kudus. Oleh karena itu, didapat dari hasil hipotesis H3 yaitu variabel Kualitas Pelayanan dan

Kepuasan Nasabah secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah dinyatakan diterima.

**Tabel 4.14**

**Kesimpulan Hasil Uji Hipotesis**

Hipotesis	Uraian	Hasil
<b>H1</b>	Kualitas Pelayanan Tidak Berpengaruh Secara Signifikan Terhadap Loyalitas Nasabah	Ditolak
<b>H2</b>	Kepuasan Nasabah Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Loyalitas Nasabah	Diterima
<b>H3</b>	Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Secara Bersama Berpengaruh Signifikan Terhadap Loyalitas Nasabah	Diterima

Sumber : Data diolah pada SPSS 2022

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1. Kesimpulan**

Dari hasil analisis data dan pembahasan pada penelitian “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Indonesia KC Kudus )” sebelumnya maka penulis dapat memberi kesimpulan kepada penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia yaitu sebagai berikut:

1. Kualitas dari pelayanan secara garis besar tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Indonesia KC Kudus. Hal ini tentu dipengaruhi beberapa faktor. Bisa jadi karena nasabah tidak mengutamakan kualitas pelayanan tetapi lebih mementingkan kuantitas yang sesuai.

2. Kepuasan nasabah secara riil berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Indonesia KC Kudus. Hal ini tentunya membuktikan bahwa kepuasan nasabah sangat berpengaruh terhadap loyalitasnya seorang nasabah kepada bank.

3. Kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah jika diuji secara bersamaan maka berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Indonesia KC Kudus. Meskipun kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan jika diuji secara masing-masing akan tetapi jika diuji bersama variabel kepuasan nasabah maka akan menjadi signifikan terhadap loyalitas nasabah.

#### **5.2. Saran**

Dari berbagai hasil kesimpulan dari penelitian diatas, maka masukan yang bisa diberikan kepada pihak terkait adalah sebagai berikut:

1. Bagi Bank Syariah Indonesia KC Kudus

Diharapkan kepada Bank Syariah KC Kudus dengan adanya penelitian ini bisa digunakan sebagai bahan evaluasi untuk bank guna meningkatkan kelayakan nasabahnya melalui peningkatan kualitas pelayanan pada Bank Syariah Indonesia KC Kudus, kualitas pelayanan yang diberikan dengan sesuai prinsip syariah, serta tentang bagaimana menjaga citra positif perusahaannya. Selain itu, Bank Syariah Indonesia KC Kudus diharapkan setelah dilakukannya penelitian ini mampu meningkatkan pencapaian prestasi perusahaan serta meningkatkan keuntungan

dengan tetap memperhatikan faktor-faktor dari yang mempengaruhi kepuasan dari nasabah dan bisa menumbuhkan tingkat loyalitas dari nasabah.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang mengambil topik yang sama dengan judul penelitian ini diharapkan dapat lebih mengembangkan dan menjadikan penelitian ini sebagai bahan acuan dan referensi untuk penelitian serupa selanjutnya dengan menggunakan metode yang berbeda serta menambahi dengan variabel lainnya yang berkaitan dengan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah. Penelitian ini bersifat menguatkan penelitian terdahulu karena tentu kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah menjadi topik yang setiap waktu berubah dan harus dibenahi terus-menerus.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Akbar, R.P., & Usman, H. 2008. *Pengantar Statistika*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Algifari. 2000. *Analisis Regresi: Teori, Kasus, Dan Solusi*. Yogyakarta: BPFE.
- Arif, M. N. 2010. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, S. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, S. 2002. "Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi". Jakarta: Rajawali Press.
- Badri, S. 2012. *Metode Statistik untuk Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta : Penerbit Ombak.
- Bawono, Anton. 2006. *Multivariate Analysis dengan SPSS*. Salatiga: STAIN Salatiga Press.
- Consulting, Skha. 2001. "Potensi Peran Bank Indonesia Dalam Pengembangan Industri Perbankan Syariah Nasional". Jakarta.
- Darmawan, D. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdikarya.
- Erlina. 2011. *Metodologi Penelitian*. Medan : USU Press.
- Fauzi, M. 2009. *Metode Penelitian Kualitatif*. Semarang : Walisongo Press.
- Fernos, Jhon,. Yosef Eka Putra. "Analisa Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Mega Syaria'ah Padang", Akademi Keuangan dan Perbankan Padang.
- Ghozali, I. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kartajaya, H. 2007. *Hermawan kartajaya on Segmentation*. Bandung : PT. Mizan Pustaka.
- Kotler, P. 2002. *Marketing Management, Diterjemahkan oleh Hendra Teguh, dkk*. Jakarta: Prenhallindo.
- Latan, H.,Selva Temalagi. 2013. *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20*. Bandung: Alfabeta.
- Ma'sum, A., & Munawwir, Z.A. 1997. *Al-Munawwir*. Surabaya : Pustaka Progresif.
- Mangkunegara, A.P. 2002. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung : PT. Remaja Rosda Karya
- Rambat, L.,& Hamdani, A. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi Kedua*. Jakarta: Salemba Empat.

- Siregar, S. 2010. *Statistika Deskriptif untuk Penelitian; Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2010.
- Sumarni, M. 2011. *Manajemen Pemasaran Bank*. Yogyakarta : Liberty.
- Sumarwan, Ujang,. Fandy Tjiptono.2018. “Buku Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Perilaku Konsumen”. Bogor: Penerbit IPB Press.
- Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sunyoto, D. 2013. *Teori, Kuisisioner, Analisis Data Untuk Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tjiptono, F. 2014. *Pemasaran Jaya*. Yogyakarta : Penerbit Andi
- Tjiptono, F. 2005. *Pemasaran Jasa*. Malang : Bayumedia Publishing.
- Umar, H. 2005. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Wibowo, Edy ,*et al.*2005. *Mengapa Memilih Bank Syariah?*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Winarsih, A. S., & Ratminto. 2005. *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.

## **Jurnal**

- Afifah, A.. 2016. *Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah. Skripsi*. Palembang : UIN Raden Fatah Palembang.
- Agustina, Ike Yama,. Eko Budi Satoto dan Ni Nyoman Putu Martini. “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Syariah Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada PT BTPN Syariah Tbk. Area Genteng-Banyuwangi)”, Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember.
- Ahmad, Farhan. 2019. “Pengaruh Iklan, Citra Perusahaan, Word Of Mouth Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menabung Dengan Minat Menabung Sebagai Variabel Intervening (Studi kasus pada BRI Syariah Kantor Cabang Semarang.
- Arafah, M. 2019. “Sistem Keuangan Islam: Sebuah Telaah Teoritis”, Al-Kharaj: Journal of Islamic Economic and Business, Vol. 1, No. 1.
- Arianto, N., Nirwana, Y. K. 2021. Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Simpanan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Equilibrium*. 7(2) : 202-216.



- Atmaja, J. 2018. Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB. *Jurnal Ecodemica*. 2(1).
- Azizah, A.Mujaddid, dan Dessy Farida. 2021. “*The Effect of Margin Income and Shares of Results on Net Profit Achieved In BRI Syariah*”, *Journal of Islamic Finance and Banking*, Vol.3 No.
- Karsono. 2005. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Anggota Dengan Kepuasan Anggota Sebagai Variabel Pemeditasi. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*.5(2) : 183-196.
- Oliver. R. L. 1999. “Whence consumer loyalty?”, *Journal of Marketing*.
- Parasuraman, A., et al. 2001. A Conceptual Model Of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Jurnal of Marketing*. (49) : 41-50.
- Porral, C. C., & Lang, M. F, Private labels. 2015. “The role of manufacturer identification, brand loyalty and image on purchase intention”, *British Food Journal*.
- Purnomo, S. 2007. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah dan Hubungannya Terhadap Loyalitas Nasabah Prioritas pada PT. Bank Central Asia Tbk Cabang Solo*. Tesis. Solo : Universitas Sebelas Maret.
- Rahmad, N., & Sabri. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah. *Journal of Economic Studies*. 4(1).
- Rilas, A., Wiska, M., & Resty, F. 2022. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Oto Bank Nagari Cabang Koto Baru (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Dharmas Indonesia). *Jurnal Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta*. 17 : 93.
- Risal, Taufiq. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Bmt Kampoeng Syariah”, *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Potensi Utama*.
- Subaidi. 2018. “Peran dan Fungsi Perbankan Syariah Perspektif Sosio-Kultur”, *Istidlal*, Vol. 2, No. 2.
- Sudarsono, H. 2008. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta : Ekonosia FE UII.
- Suryaningtyas, S. A. 2021. *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Islami, dan Brand Image Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening” (Studi pada Bank Syariah Indonesia KC Semarang)*. Skripsi. Salatiga : Institut Agama Islam Negeri Salatiga.
- Suwardi. 2011. Menuju Kepuasan Pelanggan Melalui Penciptaan Kualitas Pelayanan. *Ragam Junal Pengembangan Humaniora*. 11(1).
- Yumanita, A. D. 2005. *Bank Syariah*. Jakarta : Pusat Pendidikan dan Studi Kebanksentralan BI.

Zakiy, M., Evrita Putri Azzahroh. 2017. “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening.

Zakiy, M. 2017. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, Vol. 3, No. 1.

**Website**

<https://kbbi.web.id>

www.bankbsi.co.id

Departemen Agama RI Al-Qur'an dan Terjemahannya.

Undang-undang No.21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.

Undang-Undang No. 7 Tahun 1992 Pasal 40 Ayat (1).

## LAMPIRAN

### A. FOTO SAAT MENGUMPULKAN KUESIONER









## B. FOTO BUKTI PRA RISET

← Bank Syariah Indonesia KC K... 🔍 ☰

SAN INFO TERBARU **ULASAN** FOTO TENTANG

Semua pelayanan 12 satpam 3 pembayaran 3

---

**M** Mewlina Anisa  
2 ulasan

★★★★★ 6 bulan lalu  
Lama banget pembayaran disini, disuruh nunggu tapi dibiarin gitu aja sampai berjam jam

Membantu Tidak Membantu

---

**N** Nday Pyong  
Local Guide · 915 ulasan

★★★★★ setahun lalu  
Pelayanan BSI Kudus mengecewakan. Baru kali ini setor uang diomelin sama tellernya cuma gara2 uangnya ga rapih. Udh gitu disuruh rapihin lagi pas masih... [lainnya](#)

Membantu (5) Tidak Membantu

---

**A** Ahmad Fauzan  
5 ulasan

★★★★★ setahun lalu  
Pelayanan disini sangat mengecewakan tidak ada antrian yg pasti untuk pembayaran UKT,,, yg awal tidak didahulukan.. tolong jika salah masalah dalam... [lainnya](#)

---

SAN INFO TERBARU **ULASAN** FOTO TENTANG

Semua pelayanan 12 satpam 3 pembayaran 3

---

**Z** Znr AR  
1 ulasan

★★★★★ 3 minggu lalu  
Satpam nyolot bikin males

Membantu Tidak Membantu

---

**I** Idhohuddin  
3 ulasan

★★★★★ 2 bulan lalu  
Mohon management pelayanannya di tingkatkan....

Membantu Tidak Membantu

---

**F** Fernanda Abid  
2 ulasan

★★★★★ 5 bulan lalu  
satpam tidak ramah, udah sok tau salah lagi

## KUALITAS PELAYANAN

NAMA	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	TOTAL
MAHMUDAH	5	5	5	5	5	5	5	5	40
EVA LINA	5	5	5	5	5	5	5	5	40
NILA FILSA	4	4	4	5	4	4	4	4	33
TSABILAH HASNA	5	5	5	5	5	5	5	5	40
M.HAIDAR HILMI	5	5	4	5	4	5	5	5	38
ONI SAKIA	5	5	4	4	5	5	4	5	37
SORAYA BULAN	5	5	5	5	4	5	5	5	39
DONI PRASTYO	5	4	4	5	4	4	3	4	33
SAYLIN NICHLAH	5	5	5	5	5	5	5	5	40
VINA	5	5	5	5	5	5	5	5	40
ABDUL ROZAK	4	5	5	5	5	4	5	4	37
M.AGUNG SETYAWAN	4	4	4	4	4	4	4	4	32
ARINA	4	4	4	4	4	4	4	4	32
MITA USMARANTIKA	4	4	4	5	4	4	4	4	33
SUGENG WAROTO	5	5	5	5	5	5	5	5	40
HANI	5	5	5	5	5	5	5	5	40
ISTI P.S	5	5	5	5	5	4	4	4	37
MADIA ALVIN	5	5	5	4	5	5	4	4	37
KUSRIYATI	4	4	5	4	5	3	4	4	33
ADISTI PUSPANISA	5	5	4	4	5	5	4	5	37
NASYWA AURELIA	5	5	4	4	5	3	3	4	33
ENDY ARIEFIKHA	4	4	4	4	4	4	4	4	32
MUHAMMAD RIDLO	5	5	5	5	5	5	4	4	38



RIKA KUSUMA DEWI	4	4	4	4	4	4	4	4	32
ERIKA VERDIANTANTY	5	5	5	4	4	3	5	4	35
AMEL	5	5	5	3	5	4	5	3	35
AYUNI SOFIYAH	4	5	4	4	4	4	4	5	34
YUMNA HUSNA	4	5	5	5	5	5	5	5	39
IDKHA CHOIRIN	5	5	4	3	5	5	5	3	35
PUJI LESTARI	5	5	4	4	5	4	4	3	34
ULFIANA MAULIDIA	5	5	5	5	5	5	4	4	38
ALFIANI	4	4	4	4	4	4	4	4	32
M.WACHID NUR	5	5	5	5	5	5	5	5	40
KASMINI	5	5	3	4	5	3	4	4	33
PRIHANTO	4	5	4	3	5	4	4	4	33
LALA	4	5	4	4	5	4	4	5	35
MUH HILMI RAFI	5	5	5	5	5	5	4	4	38
M. ANDRE SETIAWAN	4	4	4	4	4	4	4	4	32
RIZANIL HIKMAH	5	5	4	4	4	5	5	5	37
APRILIA YUNI	3	3	3	3	3	3	3	3	24
ABDUL JALAL	4	4	4	4	4	4	4	4	32
FITROTUN HASANAH	4	4	4	4	5	5	4	4	34
NOVIA MAHAMMANAH	5	5	4	4	4	4	4	4	34
ASTUTI MALIYANA	5	5	4	4	5	4	5	5	37
M. ROMADHON	5	4	4	4	4	4	4	4	33
M. FAHRIZAL	4	4	4	4	4	4	4	5	33
AULIA AZZAHRA	5	5	5	5	5	5	4	5	39
ALIVIA SANTI	5	5	5	5	5	5	5	5	40
WIJI	4	4	4	4	5	4	4	4	33

PUSPITASARI									
FARID ROMADHON	5	5	3	4	4	5	4	4	34
DWI PRASTYO	5	5	5	5	5	5	5	5	40
AHMAD MUSTOFA	5	5	4	5	4	5	5	4	37
ATHIQOTUL HIMMAH	5	5	5	4	5	5	4	4	37
FATIN HUMAIRO	4	5	4	4	3	2	4	4	30
HIDAYAH	4	4	4	5	5	4	4	4	34
IDA KHOLIFAH	4	4	4	4	4	4	4	4	32
INSIANA KHOLIFAH	5	5	4	5	5	4	4	4	36
KALIMAH SAADAH	4	4	4	4	3	4	4	4	31
RIAYATUL	4	4	4	4	4	4	4	4	32
INSIROH	5	3	3	4	4	4	3	4	30
WAHYU HIDA	4	5	5	4	4	4	5	4	35
ERA MUFIDA	4	4	5	4	4	4	4	4	33
INTAN	4	4	4	4	4	4	4	4	32
NURUL YUMNA	5	5	4	4	5	5	4	3	35
NURUL AULIYA	4	5	4	4	5	4	4	4	34
ILHAM KHASBI	4	5	5	4	5	4	4	5	36
DIANA	4	5	4	4	5	4	5	4	35
FIRDA	4	5	4	4	4	4	4	3	32
ARIF	4	4	4	4	4	4	4	3	31
UMMI MAGHFIROH	4	4	4	4	5	4	4	4	33
EKO JULIANTO	5	4	5	5	4	5	4	5	37
JASMINE	4	4	4	4	4	4	4	3	31
NISA	4	4	4	4	4	4	4	4	32
CICI WULANDARI	4	4	4	4	5	4	4	4	33

RATIH	5	5	5	5	4	5	4	4	37
HENY FATMAWATI	4	4	4	4	5	4	4	4	33
FARIDA	4	4	4	4	4	4	4	4	32
FAIZATUN ULFI	4	4	4	5	4	4	5	4	34
HERI SETIAWAN	4	5	4	4	4	4	4	4	33
RISKA DESIANA	4	4	4	4	4	4	4	4	32
AHMAD RIYADI	4	4	4	4	4	4	4	4	32
AULIYA SINDI	5	4	4	4	5	4	4	4	34
DAH SUSILOWATI	4	4	4	4	4	4	4	4	32
RIFNA SILVIA	4	4	3	4	4	3	4	4	30
SRI RAHAYU	5	5	5	5	5	5	5	5	40
PUTRI SUBMALASARI	4	4	3	3	4	4	4	5	31
BAGUS SANTOSO	5	5	4	5	5	4	4	4	36
M. AZWAR ASWIN	4	5	4	5	5	4	4	4	35
FIKA IZZUL Wafa	4	5	4	4	4	4	4	4	33
MEIRIZA	4	4	4	4	4	4	4	4	32
MUH SAIFUDIN	5	5	5	5	5	5	5	5	40
RIEKE AMALIA	5	5	5	5	5	5	5	5	40
SARINA	5	5	4	5	4	5	5	5	38
SITI MARYAM	4	4	4	5	5	4	4	4	34
MUHIMMATUL ULYA	5	5	5	5	3	5	5	5	38

### KEPUASAN NASABAH

NAMA	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	TOTAL
MAHMUDAH	5	4	4	5	4	4	5	5	36
EVA LINA	5	5	5	5	5	5	5	5	40
NILA FILSA	4	4	5	4	4	4	5	4	34
TSABILAH HASNA	5	5	5	5	5	5	5	5	40
M.HAIDAR HILMI	5	4	4	4	5	5	5	5	37
ONI SAKIA	5	5	4	4	5	5	4	4	36
SORAYA BULAN	5	5	5	5	4	5	5	5	39
DONI PRASTYO	4	5	5	4	5	4	2	3	32
SAYLIN NICHLAH	4	5	5	4	4	5	4	4	35
VINA	5	5	5	5	5	5	5	5	40
ABDUL ROZAK	5	4	5	5	5	5	4	4	37
M.AGUNG SETYAWAN	5	4	4	4	5	4	3	4	33
ARINA	4	4	4	4	4	4	4	4	32
MITA USMARANTIKA	4	4	4	4	5	4	5	4	34
SUGENG WAROTO	4	4	4	4	4	4	4	4	32
HANI	5	4	4	5	4	3	4	4	33
ISTI P.S	4	5	5	5	4	4	5	5	37
MADIA ALVIN	5	5	4	4	4	5	5	5	37
KUSRIYATI	4	3	4	5	5	5	5	5	36
ADISTI PUSPANISA	4	4	5	5	5	5	5	4	37
NASYWA AURELIA	4	4	5	5	4	4	5	4	35
ENDY ARIEFIKHA	4	4	4	4	3	4	4	4	31
MUHAMMAD RIDLO	4	5	4	4	4	5	5	5	36

RIKA KUSUMA DEWI	4	4	4	4	3	4	4	4	31
ERIKA VERDIANTANTY	5	5	5	3	4	5	5	4	36
AMEL	5	5	5	4	3	3	4	4	33
AYUNI SOFIYAH	4	4	4	4	2	4	4	3	29
YUMNA HUSNA	5	5	5	4	4	4	5	5	37
IDKHA CHOIRIN	5	5	5	4	3	4	4	4	34
PUJI LESTARI	3	4	4	4	5	4	4	4	32
ULFIANA MAULIDIA	4	4	5	4	5	5	5	4	36
ALFIANI	4	4	4	4	4	4	4	4	32
M.WACHID NUR	4	4	5	3	5	5	5	4	35
KASMINI	5	5	4	5	4	5	5	5	38
PRIHANTO	4	3	3	3	3	3	3	4	26
LALA	4	4	4	4	4	5	5	5	35
MUH HILMI RAFI	3	4	3	4	3	4	3	4	28
M. ANDRE SETIAWAN	4	4	3	3	4	4	3	4	29
RIZANIL HIKMAH	5	5	5	5	5	5	4	5	39
APRILIA YUNI	3	3	3	3	3	3	3	4	25
ABDUL JALAL	4	4	4	4	4	4	4	4	32
FITROTUN HASANAH	4	4	4	4	4	4	4	4	32
NOVIA MAHAMMANAH	4	4	4	4	4	4	4	4	32
ASTUTI MALIYANA	4	4	4	5	5	5	4	5	36
M. ROMADHON	4	4	4	4	4	4	4	4	32
M. FAHRIZAL	4	4	5	4	4	4	4	5	34
AULIA AZZAHRA	5	5	5	5	5	4	5	4	38
ALIVIA SANTI	5	5	5	5	4	5	4	4	37

WIJI PUSPITASARI	4	4	4	5	5	5	5	5	37
FARID ROMADHON	4	3	4	4	5	5	3	4	32
DWI PRASTYO	5	5	5	5	5	3	5	5	38
AHMAD MUSTOFA	4	4	4	4	3	4	4	4	31
ATHIQOTUL HIMMAH	4	4	4	3	3	5	5	4	32
FATIN HUMAIRO	4	4	4	3	2	4	5	4	30
HIDAYAH	3	4	4	4	3	3	4	4	29
IDA KHOLIFAH	4	4	4	4	4	4	4	4	32
INSIANA KHOLIFAH	4	4	4	4	3	3	4	4	30
KALIMAH SAADAH	4	4	4	4	3	3	3	4	29
RIAYATUL	4	4	4	4	3	4	4	4	31
INSIROH	4	3	3	3	3	4	4	3	27
WAHYU HIDA	4	5	5	4	5	4	4	4	35
ERA MUFIDA	5	5	4	4	4	4	4	4	34
INTAN	4	4	4	4	4	4	4	4	32
NURUL YUMNA	4	4	4	4	3	5	4	5	33
NURUL AULIYA	4	4	4	4	5	4	4	3	32
ILHAM KHASBI	5	4	4	5	5	4	5	4	36
DIANA	5	4	5	5	5	4	4	5	37
FIRDA	3	4	3	4	5	4	4	5	32
ARIF	3	3	3	3	3	3	3	4	25
UMMI MAGHFIROH	4	4	4	4	3	3	4	5	31
EKO JULIANTO	4	4	4	5	5	4	5	4	35
JASMINE	3	3	4	4	3	4	3	4	28
NISA	4	4	4	3	4	3	3	4	29
CICI WULANDARI	5	5	4	5	3	4	5	4	35

RATIH	4	4	4	4	3	4	4	5	32
HENY FATMAWATI	5	4	4	5	4	4	4	5	35
FARIDA	4	4	4	4	3	4	4	5	32
FAIZATUN ULFI	4	3	3	3	3	4	3	3	26
HERI SETIAWAN	4	4	4	4	4	5	4	4	33
RISKA DESIANA	4	4	4	4	4	4	4	4	32
AHMAD RIYADI	4	4	4	4	4	4	4	4	32
AULIYA SINDI	4	3	4	3	3	4	4	4	29
DIAH SUSILOWATI	4	5	4	4	4	4	4	5	34
RIFNA SILVIA	4	4	4	3	3	3	4	5	30
SRI RAHAYU	5	5	5	5	5	5	5	4	39
PUTRI SUBMALASARI	3	4	4	4	3	4	4	4	30
BAGUS SANTOSO	5	5	5	4	3	4	4	5	35
M. AZWAR ASWIN	4	4	4	5	4	5	5	4	35
FIKA IZZUL WAFI	5	5	4	4	4	5	4	5	36
MEIRIZA	5	5	4	4	4	4	4	5	35
MUH SAIFUDIN	5	5	5	5	5	5	5	5	40
RIEKE AMALIA	5	5	5	5	4	5	4	5	38
SARINA	4	3	4	4	5	5	5	4	34
SITI MARYAM	5	5	4	4	2	3	3	4	30
MUHIMMATUL ULYA	4	4	4	5	4	4	4	5	34

### C. TABEL HASIL OLAH DATA

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

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.472 <sup>a</sup>	.222	.205	2.413

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X1), Kepuasan Nasabah (X2)

b. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	153.208	2	76.604	13.154	.000 <sup>b</sup>
	Residual	535.782	92	5.824		
	Total	688.989	94			

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

b. Predictors: (Constant), Kepuasan Nasabah, Kualitas Pelayanan

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	16.112	2.972		5.421	.000		
	Kualitas Pelayanan	.092	.091	.109	1.012	.314	.733	1.364
	Kepuasan Nasabah	.363	.096	.406	3.782	.000	.733	1.364

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

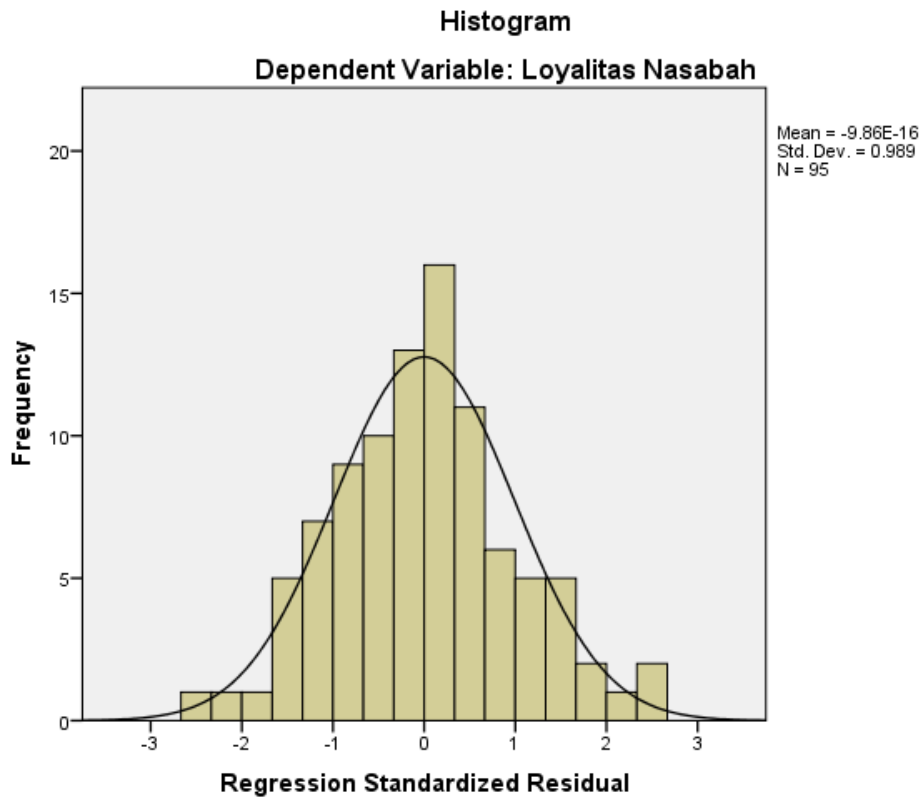
		Unstandardized Residual
N		95
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2.38742687
Most Extreme Differences	Absolute	.059
	Positive	.059
	Negative	-.040
Kolmogorov-Smirnov Z		.573
Asymp. Sig. (2-tailed)		.898

a. Test distribution is Normal.

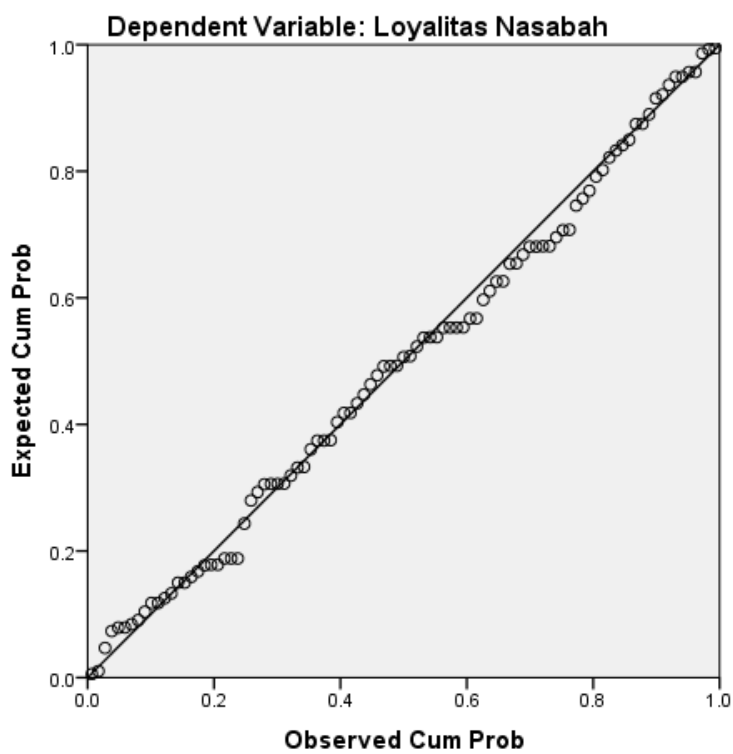


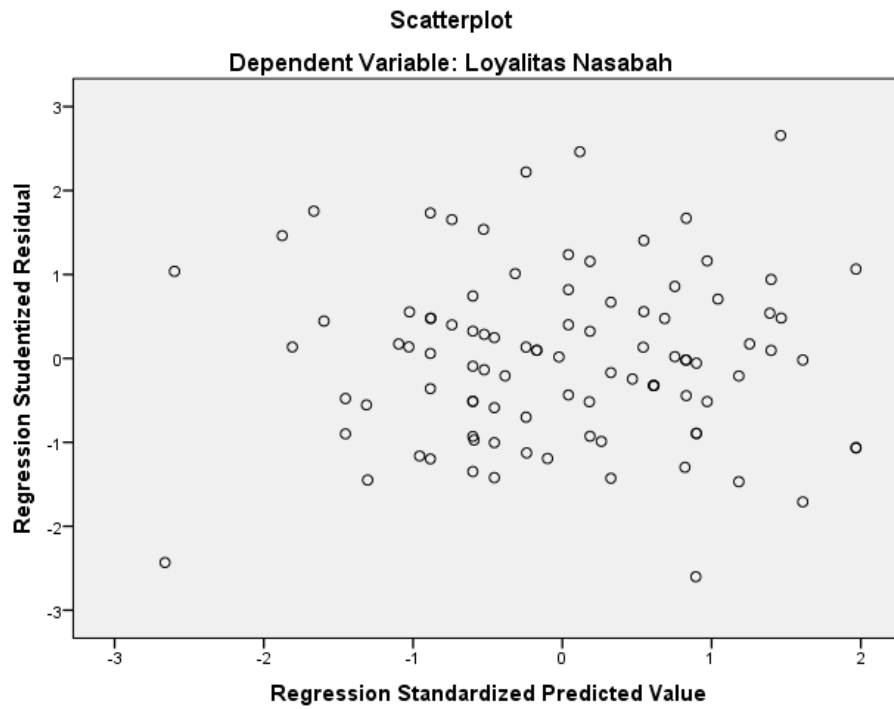
b. Calculated from data.

c.



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual





Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
( Constant )	3.019	2.368		1.275	.206
Kualitas Pelayanan	.001	.070	.001	.009	.993
Kepuasan Nasabah	-.019	.062	-.033	-.305	.761

## SURAT KETERANGAN

PT BANK SYARIAH INDONESIA Tbk, KC Kudus A Yani 1 yang berkedudukan di Jalan A. Yani Ruko No. 9, Kudus, dengan ini menerangkan bahwa :

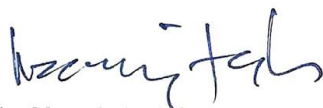
Nama : Novia Alvionika  
NIM : 1805036121  
Jurusan : S1 Perbankan Syariah / FEBI  
Sekolah / Perguruan Tinggi : UIN Walisongo Semarang

Telah melaksanakan penelitian di Bank Syariah Indonesia KC Kudus A Yani 1 mulai 05 April 2022 – 02 Juni 2022 dengan judul “**Analisis pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pada Bank Syariah Indonesia (Studi kasus di BSI KC Kudus A Yani 1)**”

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan ketentuan tidak mengikat Bank, dan dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Kudus, 03 Juni 2022

PT BANK SYARIAH INDONESIA Tbk  
KC KUDUS A YANI 1



Eko Mustahal Miftah  
Branch Operation & Service Manager

**DINA**

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Novia Alvionika  
Tempat, tanggal lahir : Kudus, 06 November 2000  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Alamat : Gribig RT.04 RW.07 Gebog Kudus

### **Pendidikan Formal**

SD Muhammadiyah Gribig Lulus tahun 2012

MTs N 1 Kudus Lulus tahun 2015

MAN 2 Kudus Lulus tahun 2018

### **Pengalaman Organisasi**

Komunitas Bisnis UIN Walisongo (KOBI) 2018-2020

Madusongo Ikatan Alumni M2K UIN Walisongo 2018-2021

Semarang, 26 September 2022

Penulis,

**Novia Alvionika**  
**1805036121**