

**PENGARUH *SPIRITUAL WELL - BEING* DAN KOMITMEN AGAMA
TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH
(Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Kota Semarang)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S1)
Dalam Ilmu Perbankan Syariah



Oleh :

ENDANG SRI MULYANI AZ-ZAHRA

NIM : 2005036074

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

2024

PERSETUJUAN PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO SEMARANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Prof. Dr. H. Hamka Kampus 3 Ngaliyan Semarang 50185, Telp./Fax. (024) 7008454
Website: www.febi.walisongo.ac.id Email: febi@walisongo.ac.id

Lamp. : 4 (empat) Eksemplar
Hal : Persetujuan Pembimbing
An. Sdr. Endang Sri Mulyani Az-Zahra

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Walisongo Semarang

Assalamualaikum Wr.Wb

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

Nama : Endang Sri Mulyani Az-Zahra
NIM : 2005036074
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul Skripsi : "PENGARUH *SPIRITUAL WELL-BEING* DAN KOMITMEN AGAMA TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Kota Semarang)"

Dengan ini kami mohon kiranya agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Semarang, 6 September 2024

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. H. Muchamad Fauzi, S.E., M.M.
NIP. 197302172006041001

Arif Afendi, S.E., M.Sc.
NIP. 198505262015031002

PENGESAHAN



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

Jl. Prof. Dr. Hamka Kampus III Ngaliyan
Telp. (024)7608454 Semarang 50185

Website : febi.walisongo.ac.id – Email : febi@walisongo.ac.id

PENGESAHAN

Nama : Endang Sri Mulyani Az-Zahra
NIM : 2005036074
Jurusan : S1 Perbankan Syariah
Judul Skripsi : PENGARUH *SPIRITUAL WELL-BEING* DAN KOMITMEN
AGAMA TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH
(Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Kota Semarang)

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 25 September 2024 dan dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata 1 tahun akademik 2023/2024.

Semarang, 30 September 2024

Ketua Sidang

Zuhdan Adv Fataron, M.M.
NIP. 198403082015031003

Penguji I

Warno, S.E., M.Si.
NIP. 198307212015031002

Pembimbing I

Dr. H. Muchamad Fauzi, S.E., M.M.
NIP. 197302172006041001

Sekretaris Sidang

Dr. H. Muchamad Fauzi, S.E., M.M.
NIP. 197302172006041001

Penguji II

Riza Rizki Faozan Svakur, M.E.
NIP. 199106202019031000

Pembimbing II

Arif Afendi, S.E., M.Sc.
NIP. 198505262015031002



MOTTO

“Aku membahayakan nyawa ibu untuk lahir ke dunia, jadi tidak mungkin aku tidak ada artinya”

“Apapun yang terjadi, pulanglah sebagai sarjana”

“Orang tua di rumah menanti kepulanganmu dengan hasil yang membanggakan, jangan kecewakan mereka. Simpan keluhmu, sebab letihmu tak sebanding dengan perjuangan mereka menghidupimu.”

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(Q.S Al-Baqarah, 2 : 286)

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

(Q.S Al-Insyirah, 94 : 5-6)

“Orang lain tidak akan bisa paham *struggle* dan masa sulitnya kita, yang mereka ingin tahu hanya bagian *success stories* nya. Berjuanglah untuk diri sendiri, walaupun tidak ada yang tepuk tangan, kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini.”

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim, pada lembar persembahan ini penulis mengucapkan banyak sekali rasa syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah serta memberikan kemudahan, kelancaran, pertolongan, dan rezeki dalam menuntaskan skripsi ini. Dalam skripsi ini penulis suguhkan dan mengucapkan terimakasih dengan penuh ketulusan kepada :

1. Kepada kedua orang tua penulis, Bapak Bintoro Cahyo Widodo dan Ibu Naniek Inayah. Terimakasih atas kepercayaan yang telah diberikan kepada penulis untuk melanjutkan pendidikan hingga ke perguruan tinggi. Terimakasih atas segala bentuk cinta, kasih sayang dan pengorbanan yang tulus untuk kehidupan penulis. Terimakasih untuk dukungan, motivasi dan doa-doa yang selalu dilangitkan untuk penulis hingga penulis bisa menyelesaikan pendidikan strata 1 ini. Penulis persembahkan karya tulis sederhana dan gelar ini untuk Bapak dan Ibu tercinta, semoga Allah selalu memberi bapak dan ibu kesehatan, keberkahan, panjang umur dan kelancaran rezeki. Aamiin.
2. Saudara kandung penulis Ahmad Hudanul Khakim yang selalu menghibur dan menemani penulis disaat suka maupun duka, serta menjadi bagian dari semangat penulis untuk segera menyelesaikan pendidikan strata 1 ini. Tumbuhlah menjadi versi paling hebat adikku. Doakan kakak agar bisa membersamaimu menyelesaikan pendidikan hingga perguruan tinggi nantinya.
3. Mbah Kakung dan Mbah Putri yang senantiasa mendoakan, mendukung dan menunggu kepulangan cucunya sebagai seorang sarjana. Terimakasih sudah mau mendengarkan keluh kesah penulis selama proses penyelesaian skripsi ini. Semoga mbah kakung dan mbah putri panjang umur dan sehat selalu.
4. Pakde dan Bude yang telah mengerahkan segala pikiran, yang selalu mengarahkan, mendoakan dan mensupport penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

5. Sepupu penulis, Mutiara Akmalia yang sering menemani penulis bimbingan, selalu mendukung, mendoakan dan mendengarkan keluh kesah penulis selama proses penyelesaian skripsi ini. Terimakasih kak, semoga kakak Rara bisa lulus tepat waktu.
6. Bapak H. Muchamad Fauzi dan Bapak Arif Afendi sebagai dosen pembimbing skripsi 1 dan 2 saya selama menyusun skripsi ini sampai selesai. Terimakasih atas bimbingannya, arahan, saran dan kritik untuk menyelesaikan skripsi saya ini.
7. Teruntuk semua dosen yang telah mengajar saya dari awal semester sampai lulus, mohon maaf tidak bisa menyebutkan satu-satu, saya ucapkan banyak terimakasih atas ilmu yang bapak ibu berikan dengan dedikasi yang tinggi selama proses kuliah.
8. Sahabat peneliti, Leni Vanessa dan Ria Novita Awalia Ramadhani yang setia kebersamai penulis sejak SMP hingga sekarang, semoga persahabatan kita berlanjut hingga usia senja. Terimakasih atas dukungan kalian selama perjalanan pendidikan strata 1 yang penuh suka duka ini. Segala saran, arahan, semangat, dan motivasi yang diberikan sangat membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Endah Dwi Fitriyani yang penulis anggap seperti saudara sendiri, terimakasih sudah kebersamai penulis menjalani lika – liku perkuliahan yang penuh suka duka sejak awal semester hingga penyelesaian skripsi ini. Terimakasih sudah selalu ada, menjadi pendengar yang baik, memberikan semangat, dukungan dan motivasi untuk dapat menyelesaikan skripsi ini. Semangat untuk sukses bersama!
10. Sarmila Darma Wijayani , Nita Zulianna dan Dayyana Faaizatus Saaniyah yang sudah sangat baik dengan penulis, mendoakan, memberikan arahan, semangat, motivasi dan bantuan kepada penulis untuk menyelesaikan pendidikan strata 1 ini. Semoga pertemanan kita bertahan hingga usia senja, dan sukses selalu untuk kita semua.
11. Teman-teman seperjuangan penulis, Siwi, Farisa, Nofita, Maysaroh, Nisa, Tafvia yang selalu mendoakan, mensupport, membantu, dan mendengarkan

keluh kesah penulis selama mengerjakan skripsi. Terimakasih sudah kebersamai dan berjuang bersama untuk menyelesaikan pendidikan strata 1 ini. Sukses untuk kita semua.

12. Terimakasih untuk teman-temanku semua PBAS C 2020 yang telah kebersamai dan mewarnai proses kuliahku hingga akhir wisuda. Semoga apa yang telah kita perjuangkan bersama ini membawa hasil yang terbaik dan menjadi bekal berharga bagi masa depan kita.
13. Terimakasih untuk teman – teman penulis, novia, umi, ana, septian, tio, sabna, nabila dan sani yang telah banyak membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
14. Terakhir, kepada pemilik NIM 2005036074 yaitu diri saya sendiri, Endang Sri Mulyani Az-Zahra. Terimakasih wahai diri karena sudah melewati setiap kerikil yang di injak, terkadang sakit tapi bisa melewati. Terimakasih atas segala masalah yang kebersamai perjalanan ini. Terimakasih karena sudah bertahan sejauh ini dan tidak berfikir untuk menyerah meskipun sudah berdarah-darah, mari lebih kuat dalam berpijak dan jalan kedepan. Berbahagialah selalu dimanapun berada, Endang. Kamu hebat bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik, apapun kurang dan lebihmu mari merayakan diri sendiri.

SURAT DEKLARASI

DEKLARASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Endang Sri Mulyani Az-Zahra
NIM : 2005036074
Jurusan : S1 Perbankan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

**PENGARUH *SPIRITUAL WELL-BEING* DAN KOMITMEN AGAMA TERHADAP
LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH
(Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Kota Semarang)**

Secara keseluruhan merupakan hasil penelitian serta merupakan karya saya sendiri dan ditulis dengan penuh kejujuran dan rasa tanggung jawab. Skripsi ini asli dan belum pernah ditulis dan diterbitkan di manapun dan oleh siapapun dengan bagian tertentu yang telah tertera rujukan sumber penulisannya.

Semarang, 2 September 2024

Deklarator,



Endang Sri Mulyani Az-Zahra

NIM. 2005036074

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman Transliterasi Arab-Latin dibuat pada tahun 1987 oleh Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia. Pedoman ini akan digunakan untuk mentransliterasi kosa kata bahasa Arab dalam kepenulisan penelitian. Panduan tersebut akan disertakan sebagai berikut :

A. Konsonan

ا = Alif	ح = Ha	ز = Za	ط = Tha	ق = Qa	و = Waw
ب = Ba	خ = Kha	س = Sa	ظ = Zha	ك = Ka	ه = Ha'
ت = Ta	د = Da	ش = Sya	ع = 'A	ل = La	ء = A
ث = Tsa	ذ = Dza	ص = Sha	غ = Ghain	م = Ma	ي = Ya
ج = Ja	ر = Ra	ض = Dal	ف = Fa	ن = Na	

B. Vokal

Harakat	Nama Harakat	Bunyi Harakat
َ	fathah	a
ِ	kasrah	i
ُ	dhammah	u

C. Maddah

Maddah juga dikenal sebagai vokal panjang yang ditandai dengan simbol harakat dan huruf akan diubah ke dalam bentuk transliterasi menggunakan huruf dan tanda sebagai berikut :

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
ا... ا... ا... ي	Alif/Fathah	A
ي	Ya/Kasrah	I
و... و...	Waw/Dhammah	U

D. Syaddah

Syaddah ditandai dengan penggandaan konsonan (ˆ).

E. Kata Sandang

Kata sandang (... ل ا) selanjutnya dituliskan dengan huruf kecil seperti contoh الْقَلَمُ = al-qalamu. Kecuali di awal kalimat kata “al” harus ditulis dengan huruf kecil.

F. Ta' Marbutah

Ta' marbutah dengan transliterasinya dapat dibagi menjadi dua : pertama adalah ta' marbutah yang memiliki harakat fathah, kasrah, atau dhommah disebut hidup. Kemudian yang kedua ta' marbutah yang tidak memiliki harakat atau mempunyai harakat sukun disebut mati.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *spiritual well-being* dan komitmen agama terhadap loyalitas nasabah bank syariah di Kota Semarang. *Spiritual well-being* meliputi kesejahteraan spiritual yang mencerminkan hubungan harmonis dengan Tuhan dan lingkungan sekitar, sedangkan komitmen agama mengacu pada ketaatan individu dalam menjalankan ajaran agama. Kedua variabel ini diasumsikan memberikan pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah, yang dinyatakan dalam bentuk kesetiaan nasabah terhadap produk dan layanan bank syariah. Dalam konteks persaingan perbankan yang ketat, menjaga loyalitas nasabah menjadi hal yang krusial untuk keberlangsungan bank syariah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode regresi linier berganda. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada 100 nasabah bank syariah di Kota Semarang yang dipilih berdasarkan kriteria tertentu. Pengujian dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *spiritual well-being* dan komitmen agama terhadap loyalitas nasabah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *spiritual well-being* dan komitmen agama secara signifikan mempengaruhi loyalitas nasabah. Nasabah dengan kesejahteraan spiritual dan komitmen agama yang tinggi cenderung lebih setia dalam menggunakan produk dan layanan bank syariah. Temuan ini menegaskan pentingnya aspek spiritual dan religius dalam strategi pemasaran dan pelayanan bank syariah untuk mempertahankan loyalitas nasabah. Oleh karena itu, pihak manajemen bank syariah diharapkan dapat terus memperkuat aspek spiritual dan komitmen agama dalam memberikan pelayanan kepada nasabah.

Kata Kunci : *Spiritual well-being*, Komitmen agama, Loyalitas nasabah, Bank Syariah.

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of *spiritual well-being* and religious commitment on customer loyalty of Islamic banks in Semarang City. *Spiritual well-being* includes *spiritual well-being* that reflects a harmonious relationship with God and the surrounding environment, while religious commitment refers to an individual's obedience in carrying out religious teachings. These two variables are assumed to have a significant influence on customer loyalty, which is expressed in the form of customer loyalty to Islamic bank products and services. In the context of tight banking competition, maintaining customer loyalty is crucial for the sustainability of Islamic banks. This study uses a quantitative approach with multiple linear regression methods. Data were collected through questionnaires distributed to 100 Islamic bank customers in Semarang City who were selected based on certain criteria. Testing was conducted to determine how much influence *spiritual well-being* and religious commitment have on customer loyalty. The results of the study indicate that *spiritual well-being* and religious commitment significantly influence customer loyalty. Customers with high *spiritual well-being* and religious commitment tend to be more loyal in using Islamic bank products and services. This finding confirms the importance of spiritual and religious aspects in the marketing and service strategies of Islamic banks to maintain customer loyalty. Therefore, the management of Islamic banks is expected to continue to strengthen the spiritual aspect and religious commitment in providing services to customers.

Keywords: *Spiritual well-being*, Religious commitment, Customer loyalty, Islamic banks.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah robbil ‘alamin. Puji Syukur kehadiran Allah SWT atas segala nikmat-Nya yang melimpah, rahmat-Nya yang tak terhingga, serta petunjuk dan karunia-Nya. Segala puji dan salam penulis sampaikan kepada junjungan kita, Nabi Muhammad SAW. Penulis berharap agar diberi ketabahan, keikhlasan, dan kesabaran dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik.

Segala puji hanya bagi Allah, Tuhan semesta alam, penulis berhasil menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh *Spiritual well-being* dan Komitmen Agama terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Kota Semarang). Penulisan skripsi ini dilaksanakan untuk memenuhi persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Strata satu (S1) dalam jurusan Perbankan Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo Semarang.

Pada penyusunan skripsi, penulis sadari bahwa terdapat berbagai rintangan dan halangan. Semuanya penulis jalani dengan diimbangi limpahan doa, bimbingan, arahan, dan batuan dari berbagai pihak. Penulis ingin menyampaikan penghargaan yang tulus kepada seluruh pihak yang membantu dan mengarahkan selama proses penyusunan skripsi ini, dengan penghormatan khusus pada :

1. Bapak Prof. Dr. Nizar, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
2. Bapak Dr. H. Nur Fatoni, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
3. Bapak Arif Afendi, S.E., M.Sc., selaku Kepala Jurusan S1 Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
4. Bapak Arif Afendi, S.E., M.Sc., selaku Wali Dosen yang memberikan arahan dan masukan dengan kesabaran dan ketulusan selama perkuliahan.

5. Bapak Dr. H. Muchamad Fauzi, S.E., M.M., dan Bapak Arif Afendi, S.E., M.Sc, selaku Dosen Pembimbing Skripsi I dan II, yang telah memberikan bimbingan, saran, dan arahan dengan penuh kesabaran dan dedikasi.
6. Segenap dosen dan tenaga Pendidikan serta civitas Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang yang memberikan ilmu bermanfaat selama proses perkuliahan.
7. Kepada kedua orang tuaku Bapak dan Ibu yang senantiasa mendoakan dan memberikan kasih sayang, dukungan dan bimbingan Pendidikan sampai perguruan tinggi.
8. Penulis memberikan penghargaan yang tulus kepada semua orang yang telah membantu, mendukung dan selalu memotivasi dalam berbagai cara, meskipun penulis tidak dapat menyebutkan masing-masing dari mereka.

Dalam penulisan hasil karya skripsi ini, penulis menyadari masih ada kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman. Oleh karena itu, penulis berharap kritik, saran, dan masukan untuk menyempurnakan skripsi ini.

Semarang, 4 September 2024

Penulis

Endang Sri Mulyani Az-Zahra

NIM. 2005036074

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
MOTTO.....	iv
PERSEMBAHAN.....	v
SURAT DEKLARASI.....	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI.....	ix
ABSTRAK.....	xii
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR TABEL.....	xx
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.5 Sistematika Penulisan.....	12
BAB II.....	14
TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Grand Theory	14
2.1.1 <i>Theory of Planned Behavior</i>	14

2.2	Loyalitas Nasabah.....	16
2.2.1	Pengertian Loyalitas Nasabah	16
2.2.2	Loyalitas Nasabah Dalam Perspektif Islam	17
2.2.3	Tahapan Loyalitas	19
2.2.4	Manfaat Loyalitas	20
2.2.5	Indikator Loyalitas	21
2.3	<i>Spiritual Well-Being</i>	22
2.3.1	Pengertian <i>Spiritual Well-Being</i>	22
2.3.2	Domain <i>Spiritual Well-Being</i>	25
2.3.3	Manfaat <i>Spiritual well-being</i>	26
2.3.4	Indikator <i>Spiritual Well-Being</i>	26
2.4	Komitmen Agama.....	30
2.4.1	Pengertian Komitmen Agama	30
2.4.2	Dimensi Komitmen Agama	31
2.4.3	Indikator Komitmen Agama.....	32
2.5	Penelitian Terdahulu	33
2.6	Kerangka Pemikiran	36
2.7	Hipotesis Penelitian	36
2.7.1	Pengaruh <i>Spiritual well-being</i> Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah	37
2.7.2	Pengaruh Komitmen Agama Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah	38
BAB III	40
METODE PENELITIAN	40
3.1	Jenis dan Sumber Data	40

3.2 Lokasi Penelitian.....	41
3.3 Populasi dan Sampel	41
3.4 Metode Pengumpulan Data	44
3.5 Variabel Penelitian	45
3.5.1 Variabel Independen (Variabel Bebas).....	45
3.5.2 Variabel Dependen (Variabel Terikat)	45
3.6 Definisi Operasional Variabel	46
3.7 Teknik Analisis Data	47
3.7.1 Uji Instrumen Penelitian	48
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	49
3.7.3 Uji Analisis Regresi Linier Berganda	51
3.7.4 Uji Hipotesis	52
BAB IV	54
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	54
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	54
4.2 Deskriptif Data Responden.....	65
4.2.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	66
4.2.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	66
4.2.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Bank Syariah yang Digunakan.....	66
4.2.6 Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Menjadi Bank Syariah	67
4.3 Analisis Data	68
4.3.1 Uji Instrumen Penelitian	68
4.3.2 Uji Asumsi Klasik	70
4.3.3 Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	73
4.3.4 Uji Hipotesis	75

4.4 Pembahasan Hasil.....	78
4.4.1 Hasil Pengaruh <i>Spiritual Well-Being</i> terhadap Loyalitas.....	78
4.4.2 Hasil Pengaruh Komitmen Agama terhadap Loyalitas	80
BAB V	82
PENUTUP	82
5.1 Kesimpulan.....	82
5.2 Saran	82
5.3 Keterbatasan Penelitian	83
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN	92
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	121

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Teori Perilaku Terencana (<i>Theory of Planned Behavior</i>)	15
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran	36

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Pemeluk Agama Islam di Kota Semarang	8
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	34
Tabel 3. 1 Skala Likert	45
Tabel 3. 2 Operasional Variabel Penelitian	46
Tabel 3. 3 Interval Nilai Cronbach's Alpha	49
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	66
Tabel 4. 2 Usia Responden	66
Tabel 4. 3 Bank Syariah yang Digunakan	66
Tabel 4. 4 Lama Menjadi Nasabah Bank Syariah	67
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Variabel Spiritual well-being (X1)	68
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Variabel Komitmen Agama (X2)	68
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas (Y)	69
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1, X2 dan Y	70
Tabel 4. 9 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	71
Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinearitas	72
Tabel 4. 11 Hasil Uji Glejser Heterokedastisitas	73
Tabel 4. 12 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	74
Tabel 4. 13 Hasil Uji T	76
Tabel 4. 14 Hasil Uji F	77
Tabel 4. 15 Hasil Koefisien Determinasi (R square)	78

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Instansi perbankan adalah entitas yang memegang peran krusial pada pembangunan. Ihwal ini sesuai dengan tujuan utama lembaga keuangan itu sendiri, yakni ikut serta dalam mempercepat pertumbuhan ekonomi, mengurangi kesenjangan ekonomi, dan menjaga stabilitas ekonomi. Namun, masalah moral hazard dan dampak negatif dari sektor perbankan terhadap kemajuan ekonomi masyarakat mendorong pertumbuhan dan perluasan bank syariah dengan cepat dan luas.¹ Pertumbuhan bank syariah di Indonesia dimulai sejak terjadinya krisis ekonomi dan moneter pada tahun 1980-an. Berdasarkan Undang-Undang No 10 tahun 1998, dijelaskan bahwa lembaga perbankan atau badan usaha lainnya yang mengatur sebuah peluang usaha syariah bagi suatu perbankan untuk menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat.²

Bank Syariah adalah lembaga keuangan yang menjalankan operasionalnya berdasarkan prinsip syariah atau hukum islam. Bank syariah juga memiliki peran dalam menyediakan layanan jasa untuk mendukung sistem pembayaran dan sirkulasi uang yang sejalan dengan prinsip-prinsip islam. Tujuan dari penerapan hukum islam ini adalah untuk menunjang keberhasilan pembangunan nasional, dalam rangkai mencapai serta

¹ Mujahid Quraisy and Mukhaer Pakkanna, 'Komitmen Organisasi Dan Intention To Quit Karyawan Perbankan Syariah', *Liquidity*, 4.2 (2018), 136–44 <<https://doi.org/10.32546/lq.v4i2.74>>.

² Sutisna Sutisna, Rudi Aryanto, and Siti Mardiah, 'Religiusitas Sebagai Faktor Utama Loyalitas Nasabah Bank Syariah', *Jurnal Manajemen, Akuntansi, Ekonomi*, 1.2 (2022), 35–41 <<https://doi.org/10.59066/jmae.v1i2.112>>.

meningkatkan keadilan, kebersamaan serta pemerataan kesejahteraan masyarakat.³

Berdasarkan Pasal 1 ayat 1 Undang-Undang No.21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah disebutkan bahwa perbankan syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut bank syariah dan unit usaha syariah, meliputi kelembagaan kegiatan usaha serta cara dan proses dalam menjalankan kegiatan usaha. Di Indonesia, perkembangan sistem perbankan syariah dijalankan dengan menggunakan model perbankan ganda atau dual banking system, yang secara bersamaan dengan perbankan konvensional berperan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Perkembangan perbankan syariah di Indonesia mengalami pertumbuhan yang cepat seiring dengan peningkatan permintaan masyarakat terhadap layanan perbankan syariah.⁴

Dalam perbankan ganda sistem, perbankan syariah tak hanya bersaing dengan bank konvensional dan asing tetapi juga bersaing dengan bank syariah itu sendiri. Bank memiliki tingkat persaingan yang tinggi, karena bersaing di segmen pasar yang sama dalam konteks produk dan layanan yang ditawarkan.⁵ Sebagai perbankan yang sedang berkembang setelah bank konvensional mendominasi pasar dibisnis perbankan, bank syariah juga harus dapat menjaga loyalitas nasabahnya karena loyalitas nasabah memegang peranan yang penting dalam keberhasilan suatu perusahaan atau

³ Arnida Wahyuni Lubis, Irna Khairani, Ahmad Amin Dalimunthe, 'Analisis Pengaruh E-Banking Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Sumut Unit Usaha Syariah Dengan Komitmen Keagamaan Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Bank Sumut Unit Usaha Syariah KCP Karya) Irna', *JURNAL MANAJEMEN AKUNTANSI (JUMSI)*, 3.3 (2023), 1725–40 <<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK558907/>>.

⁴ Heny Yuningrum, Muyassarah Muyassarah, and Risma Dewi Astuti, 'Effect of Service Quality, Product Quality, and Trust In Customer Satisfaction (Case Study at Bank BRI Syariah KCP Kendal)', *AL-ARBAH: Journal of Islamic Finance and Banking*, 2.2 (2020), 139–56 <<https://doi.org/10.21580/al-arbah.2020.2.2.7425>>.

⁵ J Sahputra and R A Harahap, 'Pengaruh Religiusitas Terhadap Loyalitas Nasabah', *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 1.1 (2022), 1–10 <<https://jurnal.perima.or.id/index.php/JEKSya/article/view/66%0Ahttps://jurnal.perima.or.id/index.php/JEKSya/article/download/66/78>>.

organisasi. Dengan mempertahankan nasabah berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan.⁶

Loyalitas atau kesetiaan sendiri dapat didefinisikan sebagai komitmen yang kuat untuk terus membeli atau menggunakan suatu produk atau layanan secara berulang di masa mendatang, meskipun terdapat pengaruh dari situasi atau strategi pemasaran yang mungkin mempengaruhi perubahan perilaku.⁷ Loyalitas pelanggan mencerminkan kecenderungan perilaku untuk melakukan pembelian berulang dan membangun komitmen terhadap produk atau layanan yang ditawarkan oleh suatu perusahaan. Proses pembelian berulang tersebut membutuhkan waktu yang panjang. Menurut Griffin, loyalitas nasabah lebih merujuk pada perilaku dari unti pengambilan keputusan dalam melakukan pembelian produk atau jasa secara terus menerus dari suatu perusahaan.

Industri perbankan menyadari pentingnya memperoleh dan menjaga kepercayaan nasabah untuk kesuksesan bisnis. Perbankan berlomba-lomba menunjukkan sikap lebih menghargai nasabah dan mengembangkan pelayanan yang unggul. Kepuasan nasabah dianggap sebagai kunci sukses dalam pemasaran layanan perbankan. Nasabah yang loyal terhadap bank syariah karena mereka puas dengan layanan yang diberikan. Loyalitas nasabah merupakan salah satu elemen kunci dalam menerapkan konsep pemasaran dalam industri perbankan.⁸ Adapun indikator loyalitas yaitu: Pembelian ulang, mempertahankan dan menyampaikan.⁹

⁶ Michael Ch. Raintung Jitro Josni Palandi, Marjam Mangantar, 'PENGARUH KUALITAS JASA, KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN NASABAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH PT. PEGADAIAN DI MANADO', 10.4 (2022), 565–76.

⁷ Irna Khairani, Ahmad Amin Dalimunthe.

⁸ Wawa Zahwa G.W.I. Awal Habibah, 'PENGARUH PENERAPAN NILAI -NILAI ISLAM PADA BANK BERBASIS SYARIAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA KC JAMBI', *PUBLIKASI MANAJEMEN INFORMATIKA*, 2.1 (2023).

⁹ Elfinasari Miftahur Rahman Hakim Muljibir Rahman, Rusdin Muhalling, 'PENGARUH SERVICE QUALITY , BRAND IMAGE , DAN RELIGIUSITAS TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK BSI CABANG KENDARI', *Aswaja and Islamic Economics*, 01.02 (2022), 75–83 <10.3194/jse.v1i1.6877>.

Loyalitas telah dianggap sebagai aset terpenting bagi perusahaan¹⁰ karena tingginya loyalitas pelanggan menandakan keberhasilan sebuah perusahaan, demikian halnya dengan bank syariah. Dalam perbankan syariah, pelanggan yang loyal akan terus menerus menggunakan produk bank syariah dan tidak akan beralih ke bank konvensional. Loyalitas nasabah dapat meningkatkan daya saing bank secara tidak langsung.¹¹ Perusahaan dapat meraih beberapa keuntungan dengan memiliki pelanggan yang loyal, diantaranya yaitu peningkatan penjualan karena pelanggan membeli lebih banyak, posisi perusahaan dipasar semakin kuat karena pembeli memilih membeli produk kita daripada produk pesaing, pengurangan biaya pemasaran karena tidak perlu mengeluarkan uang untuk memikat pelanggan berulang, lebih terlindungi dari persaingan harga karena kecil kemungkinan pelanggan yang loyal kan terpicat dengan diskon, pelanggan yang puas pun cenderung mencoba lini produk dengan demikian membantu mendapatkan pangsa pelanggan yang lebih besar.¹²

Pada pertengahan tahun 2024 ini, Pimpinan Pusat (PP) Muhammadiyah mengumumkan akan menarik dana simpanan dan pembiayaan dari salah satu bank syariah ke sejumlah bank syariah swasta. Keputusan ini diambil berdasarkan hasil konsolidasi keuangan PP Muhammadiyah dengan Amal Usaha Muhammadiyah (AUM) di Yogyakarta pada 26 Mei 2024. Keputusan PP Muhammadiyah menarik dana dari salah satu bank syariah tertuang dalam Memo Muhammadiyah Nomor 320/1.0/A/2024 tentang konsolidasi dan yang dikeluarkan pada Kamis (30/05/2024). Ketua PP Muhammadiyah Anwar Abbas mengatakan bahwa PP Muhammadiyah memiliki komitmen yang tinggi untuk mendukung perbankan syariah.

¹⁰ Fathan Budiman, 'Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Boyolali', *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 2.5 (2020), 142–66.

¹¹ Nurlaili Adkhi Rizfa Faiza, 'Religiusitas, Kepuasan Pelayanan, Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Di Kota Surabaya (Analisis Regresi Purposed Mediator Dengan Bootstrap Matrix)', *JES (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 7.2 (2022), 117–35 <<https://doi.org/10.30736/jes.v7i2.248>>.

¹² Windry Setyaning Warsito, 'Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT Bank Perkreditan Rakyat Karyajatnika Sadaya Cabang Dago Bandung', *Widya Cipta*, 2.2 (2018), 225–32.

Muhammadiyah terus melakukan rasionalisasi dan konsolidasi terhadap masalah keuangannya. Untuk itu, Muhammadiyah merasa perlu menata banyak hal tentang masalah keuangannya, termasuk dalam hal yang terkait dengan dunia perbankan, terutama menyangkut tentang penempatan dana dan pembiayaan yang diterimanya. Sesuai memo, Muhammadiyah akan mengalihkan dana simpanan ke PT Bank Syariah Bukopin Tbk, PT Bank Mega Syariah Tbk, PT Bank Muamalat Tbk, bank-bank syariah di daerah, dan bank-bank yang sudah bekerja sama baik dengan Muhammadiyah.

Terdapat beberapa dampak dari penarikan dana ini, yang pertama yaitu penarikan dana Muhammadiyah merupakan kehilangan nasabah institusi terbesar bagi bank syariah tersebut. Kemudian tergerusnya kepercayaan publik terhadap BSI akibat peristiwa ini, serta tercorengnya reputasi bank syariah tersebut sebagai bank syariah terpercaya. Peristiwa penarikan dana tersebut dapat mempengaruhi loyalitas nasabah bank syariah karena ketika informasi mengenai peristiwa ini di publikasikan dan nantinya dibaca oleh nasabah lain (selain Muhammadiyah), maka ada kemungkinan mereka juga akan menarik dana mereka tanpa pertimbangan lebih lanjut.

Sedangkan loyalitas pelanggan merupakan hasil yang didapat dari satu organisasi yang menciptakan manfaat kepada pelanggannya sehingga mereka akan tetap melakukan pembelian dan bahkan meningkatkan pembelian dari perusahaan tersebut.¹³ Demi meningkatkan loyalitas nasabah, bank syariah yang beroperasi dengan prinsip Islam tentunya harus mampu menjaga hubungan baik dengan Tuhan-Nya. Namun tak hanya dengan Tuhan, karyawan bank syariah pun harus mampu menjaga hubungan baik dengan nasabahnya sehingga akan menciptakan kesejahteraan yang baik.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi eksistensi perbankan syariah di Indonesia, salah satunya yaitu *spiritual well-being*. Konsep

¹³ Muslim Marpaung Muhammad Zuardi, Nurhayati, 'Model Keputusan Memilih Produk Berdasarkan Atribut Produk, Promosi Dan Komitmen Religius Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Produk Tabungan Di Bank Sumut Syariah', 21.2 (2022), 333–50.

spirituall well-being mencakup dua dimensi yaitu dimensi vertikal dan dimensi horizontal. Agama sebagai dimensi vertikal memperlihatkan *well-being* (kesejahteraan) individual berhubungan dengan Tuhan (Allah) atau kekuatan yang Maha Tinggi (*religious well-being*). Psikologi sosial sebagai dimensi horizontal lebih menekankan pada seberapa baik seseorang mampu menyesuaikan diri dengan komunitas dan lingkungan sekitarnya (*existential well-being*).¹⁴

Pada tahun 1975, *The National Interfaith Coalition on Aging* (NICA), telah menyarankan bahwa *spirituall well-being* adalah afirmasi hidup yang berhubungan dengan diri sendiri (*personal*), orang lain (*others*), dan alam (*environment*), dan Tuhan (transenden yang lain). Dengan menggabungkan konsep ini secara bersama-sama, maka dapat didefinisikan bahwa *spirituall well-being* adalah pernyataan tentang ada yang merefleksikan perasaan positif, tingkah laku dan pemahaman relasi dengan diri sendiri, orang lain, transenden dan alam, yang pada gilirannya menampilkan individu dengan identitas, keseluruhan, kepuasan, kegembiraan, cinta, respek dan sikap positif, harmoni dalam hidup.¹⁵ *Spiritual well-being* merupakan suatu kondisi yang muncul dari kesehatan spiritual seseorang dan tercermin melalui ekspresi kesehatan yang baik. *Spirituall well-being* menjadi indikator kualitas kehidupan seseorang dalam dimensi spiritual atau sebagai atau sebagai gambaran dari kesehatan spiritual mereka.

Sementara Fisher yang mengacu pada *National Interfaith Coalition on Aging* (NICA) on Washington DC, mendefinisikan *spiritual well-being* sebagai pengakuan positif akan kehidupan dalam hubungannya dengan Tuhan, diri sendiri, komunitas, dan lingkungan secara keseluruhan. Hubungan ini dapat dikembangkan menjadi empat domain yang saling

¹⁴ Arif Afendi and Abdul Ghofur, 'Spiritual Well-Being and Religious Commitment in Explaining Customer Satisfaction and Loyalty in Sharia Banking', *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 12.1 (2021), 97–118 <<https://doi.org/10.21580/economica.2021.12.1.6429>>.

¹⁵ Raja Oloan Tumanggor, 'Analisa Konseptual Model Spiritual Well-Being Menurut Ellison Dan Fisher', *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, 3.1 (2019), 43 <<https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v3i1.3521>>.

berhubungan dalam eksistensi manusia terkait dengan kesehatan spiritual. Menurut Unterrainer et al. (2011) *spiritual well-being* adalah kemampuan individu untuk memahami dan mengintegrasikan makna serta tujuan keberadaannya melalui hubungan dengan dirinya sendiri, orang lain, atau kekuatan yang lebih besar dari dirinya sendiri. Langkah pertama adalah menyadari perbedaan antara bidang keimanan (yang mencakup aspek bio-psiko-sosial) dan dimensi transenden (yang terkait dengan aspek agama-spiritual).¹⁶ Ada beberapa unsur yang digunakan untuk mengukur *spirituall well-being* yaitu iman subjektif, kepuasan diri, kesalehan pribadi, kesejahteraan subjektif, optimisme, sinisme agama, dan elitism.

Selain *spirituall well-being*, faktor yang tak kalah penting untuk mempengaruhi eksistensi perbankan syariah ialah komitmen agama. Komitmen merupakan motivasi, keterlibatan, serta kinerja dan kepatuhan terhadap suatu organisasi. Agama memberikan yang terbaik yang dibutuhkan manusia untuk menentukan tujuan hidupnya. Agama menjanjikan moralitas, etos kerja, pengelolaan keadilan, kebahagiaan dan kesejahteraan serta apa yang dibutuhkan manusia dalam relasinya dengan sesama manusia dan seluruh elemen alam. Komitmen beragama adalah wujud ketaatan pada agama.¹⁷ Komitmen beragama adalah kemampuan individu untuk meneguhkan dan menginternalisasikan nilai-nilai keagamaan dalam kehidupan sehari-hari mereka, sehingga mencerminkan perilaku yang sejalan dengan ajaran agama yang mereka anut. Dalam perspektif islam komitmen beragama merupakan keterikatan seorang

¹⁶ Ati Kusmawati, Cholichul Hadi, and Nur Ainy Fardana N, 'Tahsin Al- Qur ' an d Alam Meningkatkan Spiritual Well-Being Remaja Dengan Perilaku Delinkuen Tahsin Al- Qur ' an In Increasing Adolescent Spiritual Well-Being With Delinkuen Behavior', 01.02 (2019), 123–32 <<https://doi.org/10.29080/ipr.v1i2.191>>.

¹⁷ Rachmad Hidayat, Sabarudin Akhmad, and Machmud Machmud, 'Effects of Service Quality, Customer Trust and Customer Religious Commitment on Customers Satisfaction and Loyalty of Islamic Banks in East Java', *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, 7.2 (2015), 151–64 <<https://doi.org/10.15408/aiq.v7i2.1681>>.

muslim terhadap prinsip-prinsip agama islam yang mencakup dimensi Iman, Islam, dan Ihsan.¹⁸

Menurut Sari menyatakan bahwa komitmen agama dapat mewujudkan sebuah tatanan kehidupan yang lebih harmonis anatar sesama meskipun berbeda dalam hal suku, ras, golongan dan agama. Faktor-faktor yang terdiri dari agama sebagai pendekatan dari seluruh aktivitas kehidupan, meluangkan waktu untuk mempelajari agama dan keyakinan, agama ialah sumber makna kehidupan, rasa nyaman ketika kumpul dengan kawan seiman, merasa nyaman dan aktif berpartisipasi dalam aktivitas organisasi keagamaan, aktif dalam mengembangkan informasi dan mengambil keputusan dalam organisasi keagamaan. Faktor komitmen keagamaan (*religious commitment*) juga berperan penting dalam mengukur tingkat loyalitas nasabah. Komitmen keagamaan memiliki keterkaitan yang erat dengan individu, yang pada akhirnya dapat memperkuat atau melemahkan tingkat loyalitas nasabah.

Penelitian ini dilakukan di Kota Semarang yang merupakan ibu kota provinsi Jawa Tengah yang termasuk kota metropolitan terbesar kelima di Indonesia setelah Jakarta, Surabaya, Medan, dan Bandung. Kota Semarang memiliki 16 kecamatan dengan jumlah penduduk sebanyak 1.693.035 jiwa, pada pertengahan tahun 2023 dengan pemeluk agama islam yang berjumlah 1.470.224 jiwa pada tahun 2022. Dapat dilihat rincian data pemeluk agama islam di Kota Semarang dengan 16 kecamatan pada Badan Pusat Statistik (BPS) sebagaimana disajikan dalam tabel 1.1 sebagai berikut :

Tabel 1. 1 Data Pemeluk Agama Islam di Kota Semarang

Kecamatan	Jumlah Yang Beragama Islam
Mijen	75.107
Gunungpati	95.888
Banyumanik	124.031

¹⁸ Sri Riska Ananda Lubis, Annio Indah Lestari, and Nikmah Dalimunthe, 'Pengaruh Komitmen Agama Dan Atribut Produk Islam Terhadap Kepercayaan Nasabah Pada Jasa Lembaga Keuangan Syariah', *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 2.4 (2016), 178–89.

Gajahmungkur	49.266
Semarang Selatan	56.072
Candisari	67.233
Tembalang	170.875
Pedurungan	168.810
Genuk	111.911
Gayamsari	65.839
Semarang Timur	51.224
Semarang Utara	100.765
Semarang Tengah	38.921
Semarang Barat	128.949
Tugu	33.034
Ngaliyan	132.299
Jumlah	1.470.224

Sumber : Badan Pusat Statistik (BPS) Tahun 2022

Alasan dilakukannya penelitian di wilayah ini karena Kota Semarang memiliki penduduk yang mayoritas beragama islam, sedangkan terdapat cukup banyak bank syariah di Kota Semarang seperti BSI, Bank Mega Syariah, Bank Panin Dubai Syariah, Bank Muamalat, Bank Permata Syariah, CIMB Niaga Syariah, BTN Syariah dan lain sebagainya. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat menjawab pertanyaan apakah variabel *spiritual well-being* dan komitmen agama memiliki pengaruh dalam membentuk loyalitas nasabah bank syariah di Kota Semarang.

Beberapa penelitian tentang *spiritual well-being* atau religiusitas dan komitmen agama sebelumnya telah dilakukan, diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Sutono, Wismar'ain, dan Fitri. Berdasarkan hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa religiusitas tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.¹⁹ Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Afendi and Ghofur²⁰, Sahputra & Harahap²¹, dan Alfani et al.,²² yang mengatakan

¹⁹ Nadila Fitri Sutono, Dian Wismar'ain, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami, Atribut Produk Dan Religiusitas Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia Cabang Kudus Sutono 1 ', *Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9.1 (2024).

²⁰ Afendi and Ghofur.

²¹ Sahputra and Harahap.

²² Sri Okta Bella Mufti Hasan Alfani, Hendra Eka Saputra, Milani, 'PENGARUH RELIGIUSITAS TERHADAP LOYALITAS NASABAH MELALUI CITRA

bahwa *spirituall well-being* maupun religiusitas berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Komitmen agama dapat diartikan sebagai tingkat penerimaan dan penghayatan seseorang terhadap prinsip-prinsip agama tertentu, yang tercermin dalam sikap, nilai-nilai, serta keyakinan. Individu yang memiliki komitmen terhadap agamanya akan menerapkan nilai-nilai, keyakinan, dan praktik keagamaan dengan mengintegrasikannya ke dalam berbagai aspek kehidupan sehari-hari.²³ Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh El Junusi²⁴, Suwandi²⁵, serta Afendi and Ghofur²⁶ menyatakan bahwa komitmen agama berpengaruh positif. Akan tetapi, terdapat penelitian yang menyatakan bahwa komitmen keagamaan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Seperti penelitian yang telah dilakukan oleh Hidayat, Akhmad, and Machmud1 (2015) yang menyatakan bahwa komitmen agama terbukti tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah bank syariah.²⁷

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas dapat diketahui bahwa terdapat inkonsistensi dari hasil penelitian sebelumnya. Oleh karena itu, pada penelitian ini penulis akan meneliti tentang Pengaruh *Spiritual well-being* dan Komitmen Agama Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Kota Semarang).

BANK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA BANK SYARIAH DI KOTA PEKANBARU', *Islamic Banking and Finance*, 7.1 (2024).

²³ Syamsudin Syamsudin, 'Analisis Pengaruh Budaya Organisasi Dan Komitmen Beragama Terhadap Loyalitas Mahasiswa Di Perguruan Tinggi Islam Swasta', *Al-Fahim: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 6.1 (2024), 218–35 <<https://doi.org/10.54396/alfahim.v6i1.1172>>.

²⁴ Rahman El Junusi, 'Pengaruh Atribut Produk Islam. Komitmen Agama. Kualitas Jasa Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah (Pada Bank Muamalat Kota Semarang)', *Annual Conference on Islamic Studies (ACIS)*, November, 2009, 2–5.

²⁵ Angeline Suwandi, 'PENGARUH RELIGIOUS COMMITMENT DAN ISLAMIC PHYSICAL DAN NON PHYSICAL ATTRIBUTES TERHADAP CUSTOMER LOYALTY DENGAN MEDIASI CUSTOMER SATISFACTION PADA MASYARAKAT BERAGAMA ISLAM YANG BERKUNJUNG KE LUAR NEGERI', *Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5.4 (2018), 53–54.

²⁶ Afendi and Ghofur.

²⁷ Rachmad Hidayat, Sabarudin Akhmad, and Machmud1, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Pelanggan Dan Komitmen Agama Pelanggan Terhadap Pelanggan Kepuasan Dan Loyalitas Bank Syariah Pada Pt Jawa Timur', *Al-Iqtishad*, 7.2 (2015), 151–64.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat di rumuskan masalahnya sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh *spiritual well-being* terhadap loyalitas nasabah bank syariah?
2. Apakah terdapat pengaruh komitmen agama terhadap loyalitas nasabah bank syariah?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan sebagai berikut :

1. Untuk menguji pengaruh *spiritual well-being* terhadap loyalitas nasabah bank syariah.
2. Untuk menguji pengaruh komitmen agama terhadap loyalitas nasabah bank syariah.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Manfaat Teoritis

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat memanfaatkan tema pada penelitian ini untuk dijadikan sebagai bahan referensi maupun diteliti kembali dengan membandingkan penelitian sebelumnya dan kemudian akan dilakukan penelitian lebih lanjut.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi Universitas

Penelitian ini diperkirakan akan berkembang dalam materi pengajaran serta meningkatkan reputasi kampus melalui hasil penelitian yang relevan secara sosial. Semakin luas pengaruh hasil penelitian maka semakin baik pula reputasi kampus tersebut.

2. Bagi Institusi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan pengetahuan yang lebih luas mengenai variabel-variabel penting yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah dikalangan sarjana.

1.5 Sistematika Penulisan

Agar pembahasan dalam proposal ini terlihat lebih nyata, maka harus disajikan suatu sistem yang menjadi kerangka dan pedoman penyusunan skripsi. Tujuan penyajian ini adalah untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai pembahasan dan topik yang akan dikaji. Sistem penulisannya adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Latar belakang yang berisi tentang alasan penelitian ini perlu dilakukan, dan kesenjangan penelitian yang perlu diselidiki. Kemudian rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan merupakan isi dari bab ini.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab landasan teori ini meliputi tinjauan pustaka yang berisi tentang hasil-hasil penelitian terdahulu, yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Kerangka teori dengan fokus utama yaitu pengembangan teori dan konsep yang dapat digunakan untuk analisis. Kerangka penelitian yang berisi gambar kerangka penelitian yang menunjukkan hubungan anatara semua variabel serta ada sub bab hipotesis yang memuat hipotesis yang di ajukan.

BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini, penulis menyajikan metode penelitian yang dilakukan oleh peneliti meliputi jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, skala pengukuran, definisi konsep dan operasional, instrumen penelitian, uji instrumen penelitian, dan alat bantu analisis.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang deskripsi objek penelitian hasil analisis pengolahan data serta pembahasan yang lebih mendalam mengenai hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan tahap akhir dari penelitian yang dilakukan, yang berisi kesimpulan dari pembahasan sebelumnya dan saran untuk para pihak peneliti.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

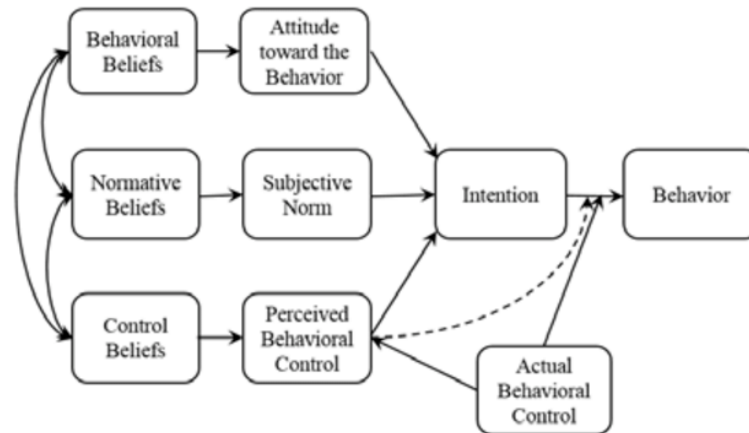
2.1 Grand Theory

2.1.1 *Theory of Planned Behavior*

Loyalitas pelanggan dalam kehidupan nyata lebih erat kaitannya dengan perilaku daripada sikap, oleh karena itu diperlukan teori yang menjelaskan perilaku tersebut. *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang sering dikenal dengan teori perilaku terencana adalah salah satu teori yang dapat digunakan untuk menjelaskan perilaku tersebut. Pada awalnya menurut *Theory of Reasoned Action*, perilaku seseorang di tentukan oleh sebuah keinginan apakah akan melakukan atau tidak melakukan suatu perilaku yang didasari oleh dua variabel yaitu sikap dan norma subjektif. Kemudian *Theory of Reasoned Action* dikembangkan menjadi *Theory of Planned Behavior* pada tahun 1988 oleh Ajzen dan Fishbein dengan menambahkan satu variabel yaitu perilaku kontrol yang dirasakan.

Ketika seseorang tidak dapat sepenuhnya mengendalikan kehendak mereka, *Theory of Planned Behavior* adalah teknik yang dapat digunakan untuk meramalkan perilaku mereka. Individu tersebut mendapatkan hambatan atau halangan sehingga hal tersebut berpengaruh pada perilaku yang tidak bisa diputuskan sendiri. Seseorang dapat menentukan apakah seseorang akan terlibat dalam perilaku tertentu dengan menggunakan teori menurut Ajzen mengemukakan bahwa perilaku seseorang tergantung pada keinginan berperilaku (*behavioral intention*), yang terdiri dari tiga komponen, yaitu sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku yang dirasakan. Keinginan berperilaku seseorang menunjukkan seberapa besar usaha yang dilakukan untuk berkomitmen melakukan sesuatu dengan kecenderungan bahwa perilaku tersebut akan dilakukan (Mahyarni,2013). Sebagaimana disajikan dalam gambar 2.1 sebagai berikut :

Gambar 2. 1 Teori Perilaku Terencana (*Theory of Planned Behavior*)



Sumber : Mahyarni, 2013

Keterangan :

1. Sikap (*Attitude*)

Ajzen (2005) menjelaskan bahwa sikap dalam perilaku ini ditentukan dari adanya keyakinan atau *behavioral beliefs*. Keyakinan ini berkaitan dengan pemahaman dan penilaian seseorang mengenai lingkungan dan dirinya. Untuk mengetahui adanya *belief*, yaitu dengan cara membandingkan apa yang kita dapat, baik itu manfaat atau kerugian setelah melakukan perilaku atau tidak melakukan perilaku tersebut. Apabila muncul keyakinan bahwa perilaku tersebut akan membawa keuntungan, maka *attitude* akan semakin kuat.

2. Norma Subjektif (*Subjective Norm*)

Norma subjektif adalah pengakuan terhadap tekanan sosial untuk menunjukkan perilaku tertentu. Norma subjektif adalah kepentingan yang memiliki dasar keyakinan, yang memiliki istilah keyakinan normatif (*Normative belief*). Keyakinan normatif adalah keyakinan tentang pemahaman atau ketidaksetujuan individu atau kelompok yang mempengaruhi perilaku individu atau keyakinan berdasarkan penilaian orang lain atas dirinya.

3. Kontrol Perilaku yang Dirasakan (*Percived Behavioral Control*)

Kontrol perilaku yang dirasakan adalah ukuran seseorang tentang seberapa mudah atau sulitnya untuk melakukan suatu tindakan.

Kontrol yang dirasakan bergantung pada keyakinan tentang ketersediaan sumber daya berupa peralatan, kesesuaian kemampuan dan kesempatan (*control belief*).

Theory of Planned Behavior menyediakan kerangka yang kuat untuk memahami bagaimana sikap, norma subjektif, dan persepsi kontrol perilaku mempengaruhi loyalitas nasabah bank syariah. Dengan mengintegrasikan konsep *spiritual well-being* atau kesejahteraan spiritual dan komitmen agama, teori ini dapat menjelaskan secara lebih mendalam faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk tetap loyal kepada bank syariah. Penelitian ini menggabungkan *Theory of Planned Behavior* dengan elemen-elemen religius menunjukkan bahwa nilai-nilai spiritual dan komitmen agama memainkan peran penting dalam membentuk loyalitas nasabah bank syariah.

2.2 Loyalitas Nasabah

2.2.1 Pengertian Loyalitas Nasabah

Loyalitas dapat didefinisikan sebagai komitmen yang kuat untuk membeli atau menggunakan suatu produk atau jasa secara berulang di masa yang akan datang, meskipun terdapat pengaruh dari situasi atau upaya pemasaran yang berpotensi mempengaruhi perubahan perilaku.²⁸ Menurut Griffin menyatakan loyalitas nasabah lebih merujuk pada wujud perilaku dari unit-unit pengambilan keputusan untuk secara konsisten melakukan pembelian terhadap barang atau jasa dari perusahaan yang dipilih. Loyalitas nasabah merupakan salah satu elemen kunci dalam penerapan konsep pemasaran perbankan. Menjaga loyalitas nasabah merupakan tujuan jangka panjang bagi perusahaan agar eksistensi produk atau jasa yang ditawarkan memiliki pelanggan yang tetap. Hal ini dikarenakan loyalitas nasabah memiliki nilai strategi yang besar bagi perusahaan.²⁹

²⁸ Irna Khairani, Ahmad Amin Dalimunthe.

²⁹ G.W.I. Awal Habibah.

Dalam perbankan syariah, loyalitas nasabah merupakan suatu ukuran sejauh mana nasabah memilih bank tersebut sebagai pilihan utama mereka dalam mengelola keuangan dan melakukan transaksi bisnis. Nasabah yang memiliki loyalitas terhadap bank ditunjukkan oleh sikap dan perilaku positif mereka terhadap bank syariah tersebut. Pada perbankan syariah, loyalitas dapat menjadi ukuran keberhasilan perbankan karena dengan loyalitas itu artinya nasabah sudah sangat percaya kepada perbankan sehingga tidak akan memilih jasa perbankan lainnya.³⁰ Loyalitas nasabah tidak muncul begitu saja, melainkan melalui serangkaian tahap proses. Oleh karena itu, perusahaan jasa perbankan harus cermat dalam memahami dan memenuhi keinginan serta kebutuhan nasabah yang beragam pada setiap tahap, sehingga dapat membangun loyalitas nasabah.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa loyalitas nasabah ialah komitmen yang kuat untuk terus membeli atau menggunakan kembali produk atau layanan tertentu secara terus menerus di masa yang mendatang pada suatu perusahaan yang dipilih. Adanya loyalitas nasabah menunjukkan bahwa bank syariah tersebut berhasil menjaga eksistensi produk dan jasa yang ditawarkan.

2.2.2 Loyalitas Nasabah Dalam Perspektif Islam

Islam ialah agama yang mengatur setiap aspek kehidupan. Al-Quran diturunkan Allah SWT kepada manusia untuk memberikan solusi atas segala permasalahan hidup. Oleh karena itu, setiap aspek kehidupan selalu berkaitan dengan aturan-aturan islam. Begitu pula dalam penyediaan layanan, setiap aktivitas yang dilakukan harus didasarkan pada kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah yang mengedepankan nilai-nilai moral dan etika.

Dalam Islam, loyalitas dikenal dengan istilah al-wala'. Secara etimologis, al-wala' memiliki beberapa makna, di antaranya mencintai,

³⁰ Afif Nur Rahmadi Nurul Vita Oktaviani, Ariadi Santoso, 'Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Kc Kediri Trade Center', *Riset Bisnis Dan Ekonomi*, 2.2 (2021).

membantu, mengikuti, dan mendekatkan kepada sesuatu. Konsep loyalitas dalam Islam atau al-wala' adalah ketundukan mutlak kepada Allah SWT dalam bentuk menjalankan syariat Islam secara menyeluruh. Loyalitas nasabah dalam konteks islam terjadi ketika aktivitas muamalah memberikan manfaat yang saling menguntungkan bagi kedua belah pihak, karena masing-masing pihak memenuhi kewajiban dan hak mereka berdasarkan penerapan nilai-nilai islam.

Bukti keimanan seseorang terwujud dalam amal nyata dalam kehidupan sehari-hari, karena iman bukan hanya sekadar pengakuan kosong tanpa dampak pada kehidupan seorang muslim. Selain melaksanakan seluruh ajaran islam dan mengintegrasikannya ke dalam kehidupan sehari-hari, seorang Mukmin juga harus menunjukkan loyalitas dan memberikan wala'-nya kepada Allah dan Rasul-Nya. Ia harus mencintai serta menjalankan perintah-Nya serta menjauhi segala larangan, baik dalam hubungan dengan Allah (hablum minallah) maupun dalam hubungan anatar manusia (muamalah).

Loyalitas dalam muamalah tidak hanya mempertimbangkan siapa yang memberi keuntungan bagi kita, tetapi juga harus mematuhi prinsip-prinsip syar'i yang dituntunkan oleh agama islam. Seorang Mukmin tidak boleh menunjukkan loyalitas atau cinta terhadap musuh-musuh islam. Dalam konteks hubungan antar manusia ini (hablum minannas), berarti kita tidak diizinkan untuk bekerjasama atau menjual loyalitas muslim kepada hal-hal yang berhubungan dengan riba. Oleh karena itu, Allah mengingatkan orang-orang beriman mengenai hal ini dalam beberapa firman-Nya, termasuk dalam surat Ali Imran ayat 28 sebagai berikut :

لَا يَتَّخِذِ الْمُؤْمِنُونَ الْكَافِرِينَ أَوْلِيَاءَ مِنْ دُونِ الْمُؤْمِنِينَ وَمَنْ يَفْعَلْ ذَلِكَ فَلَيْسَ مِنَ اللَّهِ فِي شَيْءٍ إِلَّا أَنْ تَتَّقُوا مِنْهُمْ تُقَاتَةً وَيُحَذِّرُكُمُ اللَّهُ نَفْسَهُ وَإِلَى اللَّهِ الْمَصِيرُ

Artinya : “Janganlah orang-orang mukmin mengambil orang-orang kafir menjadi wali dengan meninggalkan orang-orang mukmin. Barangsiapa berbuat demikian, niscaya lepaslah ia dari pertolongan Allah, kecuali karena (siasat) memelihara diri dari sesuatu yang ditakuti mereka. Dan

Allah memperingatkan kamu terhadap diri (siksa)-Nya. Dan hanya kepada Allah kembali (mu)''.

Dalam menjaga loyalitas nasabah, Islam menganjurkan untuk memelihara hubungan baik dengan berbagai golongan (tidak dalam hal aqidah) dengan memberikan layanan berkualitas. Penyedia jasa sebaiknya menjaga kualitas layanannya serta memelihara hubungan baik dengan pelanggan agar tercipta hubungan jangka panjang yang baik dan membentuk loyalitas pelanggan. Menurut Putra, ajaran islam menggarisbawahi bahwa penyedia jasa harus memberikan layanan berkualitas agar pelanggan tetap setia menggunakan jasanya. Sementara itu, Ratnasari berpendapat bahwa keseimbangan dalam hidup akan menciptakan jiwa yang loyal, yang merasakan ketenangan lahir dan batin. Jiwa yang loyal mencerminkan sikap konsisten dan teguh pendirian dalam menggunakan jasa, sehingga pelanggan dapat menuju keadaan yang lebih baik. Loyalitas pelanggan dalam Islam akan kokoh jika didasarkan pada kepuasan yang sesuai dengan ajaran islam.³¹

2.2.3 Tahapan Loyalitas

Loyalitas berkembang melalui tiga tahap yang disebut konatif, afektif, dan konatif. Tinjauan ini memperkirakan bahwa konsumen menjadi loyal lebih dulu pada aspek kognitifnya, kemudian pada aspek afektif, dan akhirnya pada aspek konatif. Dalam hal ini, ketiga aspek tersebut harus selaras meskipun dalam literatur tentang disonansi memperlihatkan tidak semua kasus mengalami hal yang sama. Tahapan loyalitas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Loyalitas kognitif, pada tahap pertama ini konsumen yang mempunyai loyalitas menggunakan basis informasi yang dimiliki hanya menunjuk pada satu merek yang dianggap lebih unggul dalam hal harga, kualitas, fitur dan sebagainya dibanding merek lain.

³¹ Mashuri Mashuri, 'Analisis Dimensi Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Perspektif Islam', *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 9.1 (2020), 54–64 <<https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v9i1.212>>.

2. Loyalitas afektif, pada tahap kedua ini sikap pemilihan konsumen terhadap suatu merek didasari oleh kesukaan yang didorong oleh faktor kepuasan.
3. Loyalitas konatif, pada tahap ketiga ini merupakan suatu kondisi loyal yang mencakup komitmen mendalam untuk melakukan pembelian. Untuk melengkapi runtutan loyalitas, satu tahap lagi ditambahkan pada model kognitif-afektif-konatif yaitu loyalitas tindakan.
4. Loyalitas tindakan, pada tahap ke empat ini menghubungkan kesiapan bertindak dan pada keinginan untuk mengatasi hambatan melakukan tindakan pembelian.³²

2.2.4 Manfaat Loyalitas

Dengan memiliki pelanggan yang loyal, perusahaan akan mendapatkan sejumlah manfaat. Mereka akan cenderung melakukan pembelian lebih sering, membelanjakan lebih banyak uang untuk produk atau layanan, serta memberikan rekomendasi kepada orang lain. Mereka juga akan dengan tulus menyarankan produk dan layanan tersebut kepada orang lain.³³ Bagi organisasi terdapat empat manfaat utama yang berkaitan dengan loyalitas konsumen sebagai berikut :

1. Loyalitas meningkatkan frekuensi pembelian konsumen.
2. Loyalitas konsumen mengurangi biaya yang harus di tanggung perusahaan untuk melayani konsumen.
3. Loyalitas konsumen meningkatkan komunikasi yang positif dari mulut ke mulut.
4. Retensi karyawan, karyawan dalam bisnis jasa sering dipengaruhi oleh interaksi harian mereka dengan konsumen perusahaan, karena

³² Basu Swastha Dharmmesta, 'LOYALITAS PELANGGAN: SEBUAH KAJIAN KONEPTUAL SEBAGAI PANDUAN BAGI PENELITI', *Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 14.3 (1999).

³³ Muhammad Amirul Mukminin and Fitri Nur Latifah, 'Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Di Sidoarjo (The Influence of Brand Image and Trust on Sharia Bank Customer Loyalty in Sidoarjo)', 4.1 (2020), 54-72 <<https://doi.org/10.21070/perisai.v4i1.525>>.

mereka cenderung lebih suka bekerja dengan organisasi yang memiliki konsumen yang loyal dan puas.³⁴

2.2.5 Indikator Loyalitas

Nasabah yang loyal merupakan aset penting bagi institusi perbankan, karena semakin tinggi retensi nasabah di perbankan, maka semakin baik reputasi dan profitabilitasnya. Menurut Griffin, J (2005) ada beberapa indikator loyalitas nasabah yaitu :

1. Pembelian ulang secara teratur (*makes regular repeat purchase*), merujuk pada tindakan pembelian kembali atau menggunakan produk atau layanan dari bank syariah secara berulang.
2. Merekomendasi nasabah lain (*refers other*), merupakan nasabah merekomendasikan produk atau layanan bank syariah kepada orang lain.
3. Pembelian anantara lini produk atau jasa (*buying between product lines and services*), merupakan nasabah menambah menggunakan produk atau jasa lain yang ditawarkan bank syariah.
4. Menunjukkan kekebalan dari daya tarik pesaing (*immunity against competitors*), merupakan nasabah menolak untuk mempeertimbangkan atau mengakui adanya keberadaan produk-produk dari bank lain.

Loyalitas nasabah sangat penting bagi bank syariah untuk menjaga kontinuitas operasionalnya. Nasabah yang loyal adalah mereka yang sangat puas terhadap produk dan layanan yang telah diberikan, sehingga mereka cenderung merekomendasikan bank kepada nasabah lain dengan antusias. Selain itu, nasabah yang loyal juga akan memperluas kesetiaan mereka pada berbagai produk yang ditawarkan bank syariah tersebut. Sehingga pada akhirnya mereka menjadi nasabah yang setia terhadap bank syariah tersebut dalam jangka panjang.³⁵

³⁴ Warsito.

³⁵ Yulia Widi Astuti, Ratno Agriyanto, and Ahmad Turmudzi, 'Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Layanan Mobile Banking Syariah', *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian*

2.3 *Spiritual Well-Being*

2.3.1 Pengertian *Spiritual Well-Being*

Spiritual well-being atau yang sering di sebut dengan kesejahteraan spiritual merupakan kondisi individu yang merasakan kesejahteraan dalam dirinya melalui kemampuan untuk memahami makna, tujuan, dan kepuasan hidupnya yang berhubungan dengan Tuhan melalui pengalaman agama dalam rasa, sikap serta usaha spiritualitasnya.³⁶ Pada tahun 1975, The National Interfaith Coalition on Aging (NICA) merekomendasikan bahwa kesejahteraan spiritual atau yang dapat disebut juga sebagai *spiritual well-being* merupakan afirmasi hidup yang berhubungan dengan diri sendiri (personal), orang lain (*others*), alam (*environment*), dan Tuhan (dimensi transenden lainnya). Dengan menggabungkan konsep ini secara bersama-sama, maka *spiritual well-being* dapat didefinisikan sebagai “Pernyataan tentang ada yang mencerminkan perasaan positif perilaku, pemahaman hubungan dengan diri sendiri, orang lain, dimensi transenden, dan alam yang pada akhirnya menunjukkan individu dengan identitas, keseluruhan, kepuasan, kegembiraan, respek, serta sikap positif dan harmoni dalam kehidupan.”³⁷

Dalam konteks *Spiritual well-being* terbagi menjadi dua komponen, yang pertama ialah dimensi agama (vertikal) yang merujuk pada hubungan individu dengan Allah. Komponen kedua ialah kesejahteraan eksistensial (horizontal) yang mencakup perasaan-perasaan individu, apa yang individu lakukan, mengapa mereka melakukan itu, dan dimana mereka semestinya.³⁸ Individu yang sejahtera secara spiritual tentu cerdas secara spiritual. *Spiritual well-being* akan memberikan kedamaian bagi setiap individu

Journal of Marketing Science), 19.3 (2020), 134–58
<<https://doi.org/10.14710/jspi.v19i3.134-158>>.

³⁶ Sarkowi, ‘Pengaruh Spiritual Well-Being Terhadap Pendampingan Belajar Daring Bagi Ayah Single Parent’, *J-PAI : Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 9.1 (2022), 19–31.

³⁷ Tumanggor.

³⁸ Zummy Anselmus Dami, Sance Mariana Tameon, and Ferdinant Alexander, ‘Spiritual Well-Being as Variable Intervening Mindfulness Dan Life Satisfaction’, *Konselor*, 7.4 (2018), 124–37 <<https://doi.org/10.24036/0201874102383-0-00>>.

berupa sebuah perasaan bagaimana segala sesuatu berjalan sebagaimana semestinya. Seseorang yang memiliki dimensi spiritual yang kuat akan merasakan kedamaian tersebut, yang membuat mereka siap untuk menghadapi segala tantangan dan permasalahan dengan sikap yang teguh.³⁹

Kesejahteraan spiritual (*spiritual well-being*) adalah konsep yang melibatkan perasaan kedamaian, makna, dan tujuan dalam hidup seseorang. Dalam konteks agama islam, konsep kesejahteraan spiritual dapat didukung oleh dalil dari Al-Quran yang menekankan pentingnya ketenangan batin, makna hidup, dan hubungan dengan Allah seperti yang dijelaskan dalam Surat Ar-Ra'd (13:28) sebagai berikut :

الَّذِينَ آمَنُوا وَتَطْمَئِنُّ قُلُوبُهُمْ بِذِكْرِ اللَّهِ أَلَا بِذِكْرِ اللَّهِ تَطْمَئِنُّ الْقُلُوبُ ۚ

Artinya : “(yaitu) orang-orang yang beriman dan hati mereka menjadi tenteram dengan mengingat Allah. Ingatlah, hanya dengan mengingat Allah hati menjadi tenteram”.

Ayat ini menekankan bahwa ketenangan hati dan kesejahteraan batin dapat dicapai melalui dzikrullah (mengingat Allah). Mengingat Allah membantu seseorang merasa lebih tenang dan puas dalam menjalani hidupnya. Selain itu makna dan tujuan hidup pun telah tertuang dalam Al-Quran Surat Adh- Dhariyat (51:56) sebagai berikut :

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ

Artinya : “Tidaklah Aku menciptakan jin dan manusia kecuali untuk beribadah kepada-Ku.”

Ayat tersebut menunjukkan bahwa tujuan hidup manusia adalah untuk beribadah kepada Allah, yang memberikan makna dan tujuan yang mendalam dalam hidup, esensial untuk kesejahteraan spiritual. Watson mendefinisikan spiritual sebagai suatu yang paling penting dalam diri manusia dari kehidupan manusia yang mampu mempengaruhi perilaku kepada diri sendiri dan sosial, yang mana akan menghubungkan individu dengan Tuhan dengan tata cara yang telah ditentukan oleh agama masing-

³⁹ Devi Kurnia, 'Hubungan Antara Spiritual Well Being Dengan Coping Pada Musyrif/Ah Ma'Had Sunan Ampel Al- 'Aly (Msaa)', *Jurnal Psikologi Islam (JPI) Psikoislamika*, 11.1 (2018), 3.

masing. Spiritual yakni suatu proses pencapaian dalam diri individu yang berkaitan dengan keimanan seseorang kepada Allah yang dapat diwujudkan melalui perilaku terhadap diri sendiri, kepada Allah dan kepada lingkungannya. Sedangkan well-being dianggap sebagai standart pemenuhan atau sebagai tolak ukur dalam pencapaian salah satu aspek yang ada dalam hidup manusia.

Menurut Borbieva, *well-being* dapat dikaitkan dengan kebahagiaan atau kepuasan hidup manusia dalam menjalani kehidupannya. Sedangkan menurut Anganthi dan Uyun mengartikan *well-being* yakni suatu bentuk pengevaluasi kondisi manusia secara umum, yang berkaitan dengan proses pemenuhan kebutuhan dalam hidupnya. Dalam pencapaiannya ditentukan oleh banyaknya hal-hal yang dialami oleh individu yang bersifat positif, misalkan penuh dengan kebahagiaan, kasih sayang, dan minimnya hal-hal yang bersifat negatif yang dialami oleh individu, yang mampu tercermin dalam pengaplikasian perilaku dalam kehidupannya. Sehingga *spiritual well-being* dapat diartikan sebagai suatu proses pencapaian kondisi keimanan yang mampu mempengaruhi kondisi keberagaman individu, sehingga mampu diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari.

Spiritual well-being mampu menjadi tolak ukur dan pembatas peran individu dalam masyarakat serta mampu menjadi filter dalam menanggapi setiap kondisi yang berkembang di era modern. Dapat digaris bawahi bahwa, *spiritual well-being* dapat dijadikan sebagai alat untuk membatasi dan mengevaluasi kondisi diri dalam setiap aspek kehidupan yang berhubungan dengan kesejahteraan tidak hanya duniawi saja melainkan juga yang berhubungan dengan kehidupan akhirat. Oleh karena itu, dapat terjadi kondisi yang seimbang dalam tubuh manusia, tidak hanya mewujudkan kondisi kesalehan sosial dan bersikap materialisme saja, melainkan juga mewujudkan kesalehan dalam diri manusia sendiri yang akan membawa pengaruh positif dalam kehidupan manusia itu sendiri juga lingkungannya.⁴⁰

⁴⁰ Faricha Andriani, 'Spiritual Well-Being Dalam Pandangan Tasawuf', *Akhlak Dan Tasawuf*, 4.2 (2018).

2.3.2 Domain *Spiritual Well-Being*

Dalam kerangka definisi kesejahteraan *spiritual well-being* (SWB) yang diusulkan oleh National Interfaith Coalition on Aging (NICA), di Washington DC, terdapat empat tema utama yang muncul karena *spiritual well-being* dipandang sebagai “peneguhan hidup dalam hubungan dengan Tuhan, diri sendiri, komunitas dan lingkungan yang memelihara dan merayakan keutuhan”. Literatur mengungkapkan bahwa keempat rangkaian hubungan ini disebutkan secara beragam ketika membahas kesejahteraan spiritual. Suatu dimensi mendasar dari kesehatan dan kesejahteraan masyarakat secara menyeluruh, yang meresap dan menggabungkan semua dimensi kesehatan lainnya (seperti fisik, mental, emosional, sosial dan kejuruan). Kesehatan spiritual adalah kondisi hidup yang dinamis, yang tercermin dalam seberapa baik seseorang hidup secara harmonis dalam hubungan dengan kesejahteraan spiritual berikut :

1. *Personal*

Individu saling berhubungan dengan dirinya sendiri terkait dengan makna, tujuan, dan nilai-nilai dalam kehidupan. Kesadaran diri merupakan kekuatan yang mendorong atau aspek transenden jiwa manusia dalam upaya pencarian jati diri dan harga dirinya. Domain ini dapat berupa kegembiraan, pemenuhan, kedamaian, kesabaran, kebebasan, identitas, kerendahan hati, kreativitas, integritas, intuisi dan kelayakan.

2. *Communal*

Seperti yang tercermin dalam kualitas dan kedalaman hubungan interpersonal baik diri sendiri sendiri maupun orang lain, terkait dengan moralitas, budaya dan agama. Ekspresi dari domain ini berupa cinta, pengampunan, harapan, keadilan kemanusiaan serta kepercayaan.

3. *Enviromental*

Berupa kepedulian, kepengurusan dan pemeliharaan terhadap dunia fisik, ekonomi-politik, dan sosial serta keterhubungan lingkungan

dengan alam atau ciptaan. Bentuk ekspresi dari domain ini meliputi rasa kagum dan heran,serta menghargai alam atau ciptaan.

4. *Trancedental*

Domain ini meliputi hubungan dengan kekuatan yang paling tinggi yaitu Tuhan serta melibatkan kesetiaan di dalamnya yang meliputi ibadah dan pemujaan yang berkaitan dengan rasa bersatu dengan pencipta, esensi dari alam semesta dan selaras dengan Tuhan.⁴¹

2.3.3 Manfaat *Spiritual well-being*

Spiritual well-being berperan cukup penting dalam kehidupan seseorang, karena melalui *spiritual well-being* individu tidak hanya menjadi insan religious, tetapi juga akan terbangun kesadaran diri yang transenden dan menciptakan kondisi kesejahteraan spiritual melalui afirmasi diri, dukungan komunitas, lingkungan, dan hubungan dengan Tuhan.⁴² Beberapa manfaat *spiritual well-being* sebagai berikut:

1. Merasa puas dengan kehidupan.
2. Menjaga keseimbangan dan kontrol dalam hidup.
3. Membangun hubungan yang positif.
4. Memiliki tujuan dan makna dalam kehidupan.
5. Membangun kemampuan yang bersumber dari diri sendiri dengan kekuatan yang lebih besar dari dirinya sendiri.
6. Menerima dan tumbuh dari tantangan serta perubahan dalam hidup.⁴³

2.3.4 Indikator *Spiritual Well-Being*

Kesejahteraan merupakan sesuatu yang bersifat subjektif, sehingga ukuran kesejahteraan bagi setiap individu atau keluarga berbeda antara satu dengan yang lain. Tetapi pada prinsipnya, kesejahteraan berkaitan erat

⁴¹ John Fisher, 'The Four Domains Model: Connecting Spirituality, Health and Well-Being', *Religions*, 2.1 (2011), 17–28 <<https://doi.org/10.3390/rel2010017>>.

⁴² Sarkowi.

⁴³ I Ketut Andika Priastana, I Gusti Ayu Ratih Agustini, and Alfieri Leda Kio, 'The Correlation Between Spiritual Well-Being and Depression Level in Elderly', *NurseLine Journal*, 1.2 (2016), 184–89 <<http://jurnal.unej.ac.id/index.php/NLJ/article/view/4896>>.

dengan kebutuhan dasar. Apabila kita lihat dalam Al-Qur'an indikator kesejahteraan dalam banyak surat diantaranya dalam surat Quraisy ayat 3-4 yang artinya : "Maka hendaklah mereka menyembah Tuhan (pemilik) rumah ini (ka'bah) yang telah memberikan makanan kepada mereka untuk menghilangkan lapar dan mengmankan mereka dari rasa takut."

Berdasarkan ayat tersebut, dapat diidentifikasi tiga indikator kesejahteraan spiritual yaitu : 1. Menyembah Tuhan (pemilik) ka'bah, 2. Hilangnya rasa lapar, 3. Menghilangkan rasa takut.

1. Menyembah/ketergantungan penuh kepada Tuhan.

Indikator ini merepresentasikan pembangunan mental dan spiritual. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun semua indikator kesejahteraan yang berbasis materi telah terpenuhi, hal tersebut tidak menjamin kebahagiaan sejati bagi individu. Sering kali kita mendengar, orang yang memiliki kekayaan materi berlimpah, rumah mewah, kendaraan banyak, dan harta yang melimpah, namun tetap merasa gelisah dan tidak tenang, bahkan beberapa diantaranya berakhir dengan tindakan bunuh diri, padahal kebutuhan materi mereka telah tercukupi. Oleh karena itu, ketergantungan penuh manusia kepada Tuhan yang diwujudkan melalui penghambaan (ibadah) yang tulus ikhlas adalah indikator utama kesejahteraan spiritual atau kebahagiaan yang hakiki bagi seseorang.

2. Terpenuhinya kebutuhan konsumsi

Dalam surah Quraisy diatas, Allah menyebutkan bahwa Dia-lah yang memberi mereka makan untuk menghilangkan rasa lapar. Pernyataan ini menekankan bahwa dalam ekonomi islam, terpenuhinya kebutuhan konsumsi manusia sebagai salah satu indikator kesejahteraan hendaknya dilakukan secara secukupnya yaitu hanya untuk menghilangkan lapar saja dan tidak boleh berlebihan apalagi sampai melakukan penimbunan demi mengeruk kekayaan yang maksimal, terlebih lagi dengan cara-cara yang dilarang oleh agama, tentu hal tersebut bertentangan dengan anjuran

Allah. Jika prinsip ini diterapkan, maka berbagai kejahatan seperti korupsi, penipuan, pemerasan dan bentuk-bentuk kejahatan lainnya dapat dihindari.

3. Terciptanya Rasa Aman

Hilangnya rasa takut merupakan representasi dari terciptanya rasa aman, nyaman dan damai. Jika berbagai bentuk kriminalitas seperti perampokan, pembunuhan, pemerkosaan, pencurian dan kejahatan-kejahatan lainnya masih marak terjadi di suatu lingkungan, hal tersebut mengindikasikan bahwa individu-individu di lingkungan tersebut belum merasakan kedamaian dalam hidup mereka. Dengan kata lain, kondisi tersebut menunjukkan bahwa kesejahteraan belum sepenuhnya tercapai.

Menurut Afendi and Ghofur terdapat 4 indikator untuk mengukur *spiritual well-being* yaitu :

1. Iman Subyektif

Iman subyektif adalah aspek keimanan yang bersifat personal dan individual. Iman ini mengacu pada keyakinan pribadi seseorang terhadap Tuhan, agama, dan ajaran-ajaran spiritual. Iman subyektif lebih berfokus pada pengalaman batiniah seseorang, bagaimana seseorang merasakan, memahami, dan meyakini keimanannya. Ia tidak hanya tergantung pada bukti-bukti eksternal, tetapi juga pada keyakinan yang lahir dari pengalaman spiritual, refleksi pribadi, dan hubungan individu dengan Tuhan. Sifat subyektif dari iman ini berarti bahwa ia bisa berbeda dari satu individu ke individu lain, karena setiap orang memiliki pengalaman spiritual dan tingkat pemahaman yang unik. Iman subyektif juga dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti latar belakang budaya, pendidikan, lingkungan sosial, dan perjalanan hidup seseorang.

2. Kepuasan Diri

Kepuasan diri (*self-satisfaction*) adalah perasaan positif yang muncul ketika seseorang merasa puas dengan dirinya sendiri,

pencapaiannya, dan kehidupannya secara keseluruhan. Kepuasan diri mencakup evaluasi internal terhadap kualitas hidup, pencapaian pribadi, serta perasaan puas terhadap keseimbangan antara harapan dan kenyataan. Seseorang yang merasakan kepuasan diri biasanya memiliki perasaan damai, penghargaan terhadap diri sendiri, dan kebahagiaan pribadi.

3. Kesalehan Pribadi

Kesalehan pribadi adalah kualitas spiritual individu yang mencerminkan ketaatan dan pengabdian kepada agama serta nilai-nilai moral dan etika. Kesalehan pribadi biasanya mencakup perilaku yang konsisten dengan ajaran agama, seperti ibadah dengan tekun, menjalankan kewajiban agama, berbuat baik kepada sesama, serta menjaga hubungan yang dekat dengan Tuhan. Ini adalah manifestasi dari keyakinan dan praktik individu yang mendorong mereka untuk hidup sesuai dengan prinsip-prinsip agama dalam kehidupan sehari-hari. Kesalehan pribadi tidak hanya terbatas pada aspek ritual atau ibadah formal, tetapi juga mencakup sikap dan tindakan yang mencerminkan komitmen moral yang mendalam dan ketulusan hati dalam menjalankan ajaran agama. Setiap individu bisa memiliki tingkat kesalehan pribadi yang berbeda tergantung pada pengalaman spiritual, lingkungan, dan intensitas keyakinan mereka.

4. Optimisme

Optimisme adalah sikap positif yang ditandai dengan harapan dan keyakinan bahwa hal-hal baik akan terjadi di masa depan, bahkan ketika dihadapkan pada tantangan atau kesulitan. Individu yang optimis cenderung memandang peristiwa dalam hidup dengan cara yang lebih positif, percaya bahwa situasi buruk bersifat sementara dan dapat diatasi. Mereka juga melihat kegagalan sebagai peluang untuk belajar dan berkembang daripada sebagai hambatan. Optimisme sering dikaitkan dengan kesejahteraan emosional, ketahanan mental, dan kemampuan untuk mengatasi stres.

Seseorang yang optimis lebih mungkin memiliki pendekatan yang proaktif dalam menghadapi masalah, serta lebih cenderung mempertahankan kesehatan mental dan fisik yang baik.⁴⁴

2.4 Komitmen Agama

2.4.1 Pengertian Komitmen Agama

Komitmen adalah keadaan yang tidak dapat dipaksa dan suatu kondisi yang harus dikembangkan melalui perasaan keterlibatan. Sementara agama memuat segala sesuatu yang terbaik yang dibutuhkan manusia untuk menemukan dan mencapai tujuan hidupnya. Agama menyediakan cita-cita kebahagiaan dan kesejahteraan, moralitas, etika kerja, keadilan dan semua hal yang diperlukan manusia dalam interaksi dengan sesama manusia dan seluruh unsur alam. Komitmen beragama adalah kemampuan individu untuk menetapkan dan menginternalisasikan nilai-nilai agama dalam kehidupan sehari-hari, sehingga perilaku yang sesuai dengan ajaran agama yang dianutnya tercermin dengan jelas. Dalam perspektif islam, komitmen beragama merupakan rasa keterikatan seorang muslim terhadap ajaran agama islam, yang meliputi dimensi iman, islam dan ihsan.⁴⁵

Menurut Worthington komitmen agama merujuk pada sejauh mana kesetiaan seseorang dalam mengikuti nilai, keyakinan, dan ritual agamanya serta menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari. Sementara menurut Sungkawa, dalam penelitiannya tentang komitmen keagamaan, komitmen agama diartikan sebagai bentuk ketaatan terhadap ajaran agama. Bagi umat islam, islam merupakan jalan hidup yang mengatur seluruh aspek kehidupan, sejalan dengan perintah dalam Al-Qu'ran Surah Al-Baqarah ayat 208 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا ادْخُلُوا فِي السِّلْمِ كَآفَّةً وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

*Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, masuklah kamu kedalam Islam secara keseluruhan.”*⁴⁶

⁴⁴ Afendi and Ghofur.

⁴⁵ Lubis, Lestari, and Dalimunthe.

⁴⁶ Irna Khairani, Ahmad Amin Dalimunthe.

Komitmen beragama dapat diartikan sebagai sejauh mana seseorang menerima dan mengadopsi prinsip-prinsip dari suatu agama tertentu, yang tercermin dalam sikap, nilai-nilai, dan keyakinannya. Individu yang memiliki komitmen terhadap agama mereka akan menerapkan nilai-nilai, keyakinan dan praktik agama tersebut dalam berbagai aspek kehidupan sehari-hari mereka. Agama memiliki peran penting dalam membentuk gaya hidup seseorang, yang pada akhirnya memberikan pengaruh signifikan terhadap perilaku mereka dalam pengambilan keputusan sebagai konsumen.⁴⁷

Komitmen agama nasabah merupakan faktor penting yang mencerminkan sejauh mana nasabah memprioritaskan nilai-nilai Islam dalam kegiatan keuangan mereka. Nasabah yang mengutamakan aspek keagamaan dalam pengelolaan keuangan mereka merasa lebih terikat dengan Bank Syariah, karena bank tersebut menyediakan solusi keuangan yang sesuai dengan nilai-nilai agama mereka. Kesetiaan nasabah yang berlandaskan nilai-nilai keagamaan mencerminkan komitmen agama mereka. Nasabah yang memiliki komitmen agama yang kuat dan percaya akan pentingnya menjalankan kehidupan finansial sesuai dengan prinsip-prinsip syariah cenderung lebih loyal kepada Bank Syariah.⁴⁸

2.4.2 Dimensi Komitmen Agama

Analisis hubungan antara agama, komitmen dan etika tidak terbatas hanya pada afiliasi keagamaan seseorang, tetapi juga mencakup komitmen agama dalam mencapai tingkat religiusitas yang lebih mendalam.⁴⁹ Nasabah dengan tingkat religiusitas yang tinggi cenderung merasa lebih puas saat menggunakan layanan bank syariah. Hal ini disebabkan oleh keselarasan antara prinsip-prinsip perbankan syariah dengan nilai-nilai agama yang dianut. Religiusitas juga menjadi faktor kunci dalam menciptakan loyalitas

⁴⁷ Syamsudin.

⁴⁸ Indriani Wiratnita, 'Pengaruh Prinsip Kepatuhan Syariah, Komitmen Agama Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Sumsel Babel Syariah KCP UIN Raden Fatah Palembang |Indriani', 2016, 1–23.

⁴⁹ Hidayat, Akhmad, and Machmudl.

nasabah, karena nasabah yang memiliki tingkat religiusitas tinggi akan lebih berkomitmen untuk terus menggunakan layanan perbankan syariah.⁵⁰ Dalam konteks penelitian ini untuk mengukur tingkat religiusitas nasabah perbankan syariah digunakan dimensi-dimensi yang dijelaskan oleh aspek religiusitas menurut kementerian dan lingkungan hidup RI 1987, dimana religiusitas (agama islam) terdiri dari lima aspek, yaitu :

1. Aspek iman, berhubungan dengan keyakinan dan kepercayaan seseorang terhadap Tuhan, malaikat, para nabi, dan sebagainya.
2. Aspek islam, menyentuh frekuensi dan intensitas pelaksanaan ibadah-ibadah yang telah ditetapkan, seperti sholat, puasa, dan zakat.
3. Aspek ihsan, terkait dengan pengalaman spiritual dan perasaan akan kehadiran Tuhan, termasuk rasa takut melanggar larangan-Nya dan lain-lain.
4. Aspek ilmu, menyangkut tingkat pengetahuan seseorang mengenai ajaran-ajaran agama.
5. Aspek amal, berkaitan dengan tindakan dalam kehidupan bermasyarakat, seperti membantu sesama, membela yang lemah, bekerja dengan jujur dan sebagainya.⁵¹

2.4.3 Indikator Komitmen Agama

Menurut El Sandra dan Efriyuzal (2013) dan Whorthigton, Wade & Hight (2003) terdapat 5 indikator yang digunakan untuk menilai komitmen agama nasabah, yaitu sebagai berikut :

1. Keyakinan
Keyakinan berkaitan dengan hal-hal yang dianggap esensial dari komitmen dalam beragama. Keyakinan ini dipegang teguh dan menjadi dasar dalam kehidupan seseorang. Contohnya adalah keyakinan akan keberadaan Tuhan sebagai bentuk keimanan, yang mendasari dimensi yang paling utama dalam beragama.

⁵⁰ Sahputra and Harahap.

⁵¹ Drs.H.Ahmad Thontowi, 'Widyaiswara Madya Balai Diklat Keagamaan Palembang.', 2000.

2. Ritual

Ritual merupakan serangkaian tindakan yang dilakukan seseorang dalam mengamalkan agamanya yang mempengaruhi kehidupan sehari-hari secara non-religius, tetapi lebih berkaitan dengan praktik agama itu sendiri. Contohnya termasuk sembahyang, berdoa, pengakuan dosa, berpuasa dan lain-lain.

3. Penghayatan

Penghayatan meliputi aspek mental dan emosional seseorang yang berhubungan dengan agama. Penghayatan agama juga dikenal sebagai “pengalaman religius”. Penghayatan merupakan bagaian penting dari kehidupan beragama yang dapat memotivasi seseorang. Penghayatan ini akan lebih mendalam jika seseorang memahami agamanya dengan baik.

4. Pengetahuan

Pengetahuan adalah informasi yang dimiliki seseorang mengenai agamanya, termasuk asal-usul dan sejarah agama tersebut. Tingkat kepentingan dalam dimensi ini bisa bervariasi. Seseorang dapat berkomitmen pada agamanya meskipun tidak memiliki pengetahuan mendalam tentang berbagai aspek agamanya.

5. Pengaruh

Pengaruh adalah bentuk perilaku yang bukan bagian dari ritual keagamaan, tetapi lebih mencerminkan dampak agama terhadap kehidupan aspek non religius seseorang. Keyakinan beragama dapat memengaruhi pola perilaku moral seseorang atau kebiasaan sehari-hari. Contohnya termasuk mengajarkan seseorang untuk bertindak secara moral.

2.5 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu tentang *spiritual well-being* dan komitmen agama terhadap loyalitas nasabah bank syariah telah dilakukan. Penelitian tersebut memberikan berbagai referensi dan perspektif terkait studi ini. Sebagaimana disajikan dalam tabel 2.1 sebagai berikut :

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No.	Identitas Jurnal	Variabel dan Teori	Hasil
1.	<p>Rahman El Junusi (2009)</p> <p>Pengaruh Atribut Produk Islam, Komitmen Agama, Kualitas Jasa dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah (Pada Bank Muamalat Kota Semarang)</p> <p>Sampel : 100 responden</p>	<p>Variabel dependen : Kepuasan dan Loyalitas Nasabah</p> <p>Variabel Independen : Atribut Produk Islam, Komitmen Agama, Kualitas Jasa dan Kepercayaan.</p> <p>Metode : Kuantitatif</p>	<p>Atribut Produk Islam, Komitmen Agama, Kualitas Jasa dan Kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah.</p>
2.	<p>Arif Afendi & Abdul Ghofur (2021)</p> <p><i>Spiritual well-being and religious commitment in explaining customer satisfaction and loyalty in Sharia Banking</i></p> <p>Sampel : 165 responden</p>	<p>Variabel dependen : <i>Explaining customer satisfaction and loyalty</i></p> <p>Variabel Independen : <i>Spiritual well-being and religious commitment</i></p> <p>Metode : Kuantitatif</p>	<p>Pengaruh <i>spiritual well-being</i> dan komitmen agama terhadap loyalitas nasabah adalah positif dan signifikan.</p>
3.	<p>Nor Khafidhotun Nikmah (2021)</p> <p>Pengaruh Komitmen Agama, Kualitas Pelayanan dan Atribut Produk Islami terhadap loyalitas Nasabah di KSPPS BMT Al-Hikmah Semesta Cabang Pecangaan.</p> <p>Sampel : 96 responden</p>	<p>Variabel dependen : Loyalitas nasabah</p> <p>Variabel Independen : Komitmen Agama, Kualitas Pelayanan dan Atribut Produk Islami.</p> <p>Metode : Kuantitatif</p>	<p>Komitmen agama, kualitas pelayanan, dan atribut produk islami secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah BMT Al-Hikmah Semesta.</p>

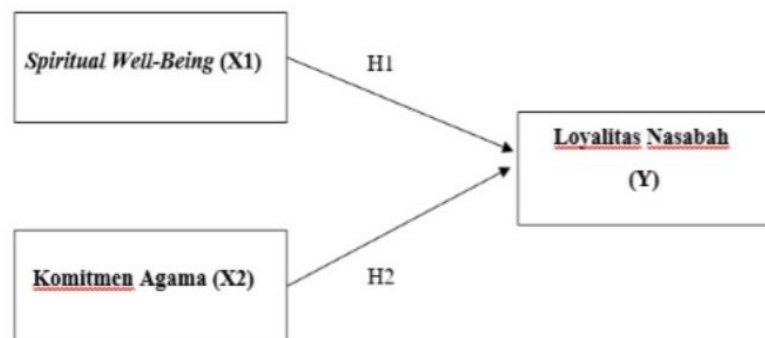
4.	<p>Muhammad Raziq Aulia & Hafasnuddin (2021)</p> <p>Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan dan Religiusitas terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Banda Aceh.</p> <p>Sampel : 180 responden</p>	<p>Variabel dependen : Loyalitas Nasabah</p> <p>Variabel Independen : Kualitas Layanan, Kepuasan dan Religiusitas</p> <p>Metode : Kuantitatif</p>	<p>Pada hasil penelitian, kualitas pelayanan, kepuasan dan religiusitas berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Banda Aceh secara simultan.</p>
5.	<p>Feby Dwi Arfianti (2016)</p> <p>Pengaruh Prinsip Kepatuhan Syariah, Komitmen Agama dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah Bank BRI Syariah di Surabaya</p>	<p>Variabel dependen : Loyalitas Nasabah</p> <p>Variabel Independen : Prinsip Kepatuhan Syariah, Komitmen Agama dan Kepercayaan.</p> <p>Metode : Kuantitatif</p>	<p>Variabel Komitmen Agama berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank BRI syariah di Surabaya.</p>
6.	<p>Julfan Sahputra & Rijal Allamah Harahap (2022)</p> <p>Pengaruh Religiusitas Terhadap Loyalitas Nasabah</p> <p>Sampel : 100 responden</p>	<p>Variabel dependen : Loyalitas Nasabah</p> <p>Variabel Independen : Religiusitas</p> <p>Metode : Kuantitatif</p>	<p>Terdapat pengaruh yang signifikan antara religiusitas terhadap loyalitas nasabah PT BSI Tbk Cabang Pembantu Pangkalan Brandan.</p>
7.	<p>Anna Millaturrohmah (2022)</p> <p>Pengaruh Kualitas Layanan dan Religiusitas Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia dalam Menggunakan Internet</p>	<p>Variable dependen : Loyalitas</p> <p>Variabel Independen : Kualitas layanan dan Religiusitas</p> <p>Variabel Intervening : Kepuasan</p>	<p>Variabel religiusitas terhadap loyalitas berpengaruh positif dan signifikan.</p>

Banking dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening	Metode : Kuantitatif	
Sampel : 98 responden		

2.6 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan teori dan penelitian sebelumnya, penelitian ini mengungkap beberapa hubungan antara *spiritual well-being* dan komitmen agama dan loyalitas nasabah bank syariah. Model imajiner yang didasarkan pada kajian kepustakaan membentuk kerangka pemikiran teoritik penelitian sebagaimana disajikan dalam gambar 2.2 sebagai berikut :

Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran



Sumber : Penelitian 2024

2.7 Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah dugaan sementara yang diajukan oleh peneliti sebagai jawaban potensial terhadap masalah penelitian. Dugaan ini bersifat tentatif dan akan diuji kebenarannya melalui pengumpulan dan analisis data yang dilakukan selama proses penelitian.⁵² Dalam berbagai literatur, definisi hipotesis dibangun oleh para ahli dari berbagai sudut pandang salah satunya yaitu menurut Abdullah yang menyatakan bahwa hipotesis adalah jawaban

⁵² Dodiet Aditya Setyawan, 'Hipotesis (Handout Metodologi Penelitian)', *Buku Ajar Metodologi Penelitian: Konsep Pembuatan Karya Tulis Dan Tesis Untuk Mahasiswa Kesehatan*, 2014, 1–14.

sementara yang hendak diuji kebenarannya melalui penelitian.⁵³ Berdasarkan rumusan masalah dan kerangka pemikiran di atas, maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut :

2.7.1 Pengaruh *Spiritual well-being* Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah

Spiritual well-being ialah keadaan individu yang merasakan kesejahteraan dalam dirinya melalui kemampuan memahami makna, tujuan dan kepuasan dalam hidupnya yang berhubungan dengan Tuhan melalui pengalaman ajaran agama, serta tercermin dalam rasa, sikap dan usaha spiritualitasnya.⁵⁴ Konseptualisasi *spiritual well-being* meliputi dua dimensi yaitu dimensi vertikal dan horizontal. Dimensi vertikal yang berhubungan dengan agama menunjukkan kesejahteraan individu dalam hubungannya dengan Allah atau kekuasaan Yang Maha Tinggi (*religious well-being*). Sementara dimensi horizontal yang berkaitan dengan psikologi sosial, berfokus pada seberapa baik seseorang menyesuaikan diri dengan masyarakat dan lingkungan sekitarnya (kesejahteraan eksistensial).

Pelanggan seringkali mengaitkan pilihan mereka mengenai prinsip-prinsip kehidupan beragama dalam menentukan jenis produk dan jasa yang akan mereka gunakan. Religiusitas sangat mempengaruhi keputusan mereka dalam memilih produk atau jasa karena prinsip religiusitas inilah yang akan mengikat nasabah sejalan dengan keyakinannya. Kepuasan terhadap nilai-nilai syariah dapat meningkatkan loyalitas pelanggan untuk terus menggunakan produk atau jasa perusahaan.

Menurut Afendi & Ghofur⁵⁵, Millaturrohmah⁵⁶ dan Sahputra & Harahap⁵⁷ menjelaskan bahwa *spiritual well-being* dan religiusitas

⁵³ Jim Hoy Yam and Ruhayat Taufik, 'Hipotesis Penelitian Kuantitatif', *Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi*, 3.2 (2021), 96–102
<<https://doi.org/10.33592/perspektif.v3i2.1540>>.

⁵⁴ Sarkowi.

⁵⁵ Afendi and Ghofur.

⁵⁶ Anna Millaturrohmah, 'PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN RELIGIUSITAS TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA DALAM MENGGUNAKAN INTERNET BANKING DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING', 2022.

⁵⁷ Sahputra and Harahap.

berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah bank syariah yang artinya jika tingkat *spiritual well-being* dan religiusitas seseorang pelanggan tinggi, maka tingkat loyalitas juga akan tinggi. Pernyataan tersebut di dukung dengan Theory of Planned Behavior yang menjelaskan bahwa keinginan seseorang untuk melakukan suatu tindakan dipengaruhi oleh sikap mereka terhadap tindakan tersebut, pandangan orang lain dan persepsi kontrol atas perilaku tersebut .

Kesejahteraan spiritual dapat memengaruhi pandangan seseorang terhadap bank syariah, norma yang ada disekitarnya tentang penggunaan bank syariah dan keyakinan akan kemampuan mereka untuk menggunakan layanan bank syariah. Jadi, jika seseorang merasa bahwa bank syariah mendukung kesejahteraan spiritual mereka, maka semakin besar kemungkinan mereka akan loyal terhadap bank syariah.

H1 : *Spiritual well-being* berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah.

2.7.2 Pengaruh Komitmen Agama Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah

Komitmen agama merupakan kemampuan individu dalam menetapkan dan menginternalisasikan nilai-nilai agama dalam kehidupan sehari-hari, sehingga perilakunya mencerminkan ajaran agama yang dianut.⁵⁸ Dimensi religiusitas terdiri dari dimensi intrapersonal (kognitif) dan dimensi interpersonal (perilaku). Dimensi intrapersonal (kognitif) berfokus pada keyakinan individu atau pengalaman keagamaan seseorang, sementara dimensi interpersonal (perilaku) menitikberatkan pada tingkat keterlibatan dalam aktivitas organisasi keagamaan.

Menurut El Junusi (2009), Afendi & Ghofur (2021) dan Nikmah (2021) menjelaskan bahwa komitmen agama berpengaruh positif terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah yang artinya semakin baik tingkat komitmen agama seseorang akan meningkatkan kepuasannya, sehingga loyalitas juga semakin tinggi.

⁵⁸ Lubis, Lestari, and Dalimunthe.

Pernyataan tersebut dapat di dukung dengan *Theory of Planned Behavior* yang menyatakan bahwa perilaku dipengaruhi oleh sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku yang artinya semakin kuat komitmen agama seseorang, semakin besar pula kemungkinan seseorang akan loyal terhadap bank syariah karena itu sesuai dengan nilai-nilai dan keyakinan agama mereka. Mayoritas orang yang memiliki tingkat komitmen agama yang tinggi cenderung memprioritaskan layanan dan produk yang sesuai prinsip-prinsip agama mereka, sehingga mereka lebih cenderung untuk tetap menggunakan layanan dari bank syariah.

H2 : Komitmen agama berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Sugiyono mendefinisikan metode kuantitatif adalah metode penelitian yang didasarkan pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Data dikumpulkan menggunakan instrumen penelitian, dan analisis data dilakukan secara kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.⁵⁹ Pendekatan kuantitatif digunakan untuk pembuktian atau konfirmasi, dengan menggunakan angka-angka dalam analisis statistik untuk memecahkan masalah penelitian.

Data yang digunakan dalam penelitian ini mencakup data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber asli tanpa perantara. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dari hasil kuesioner yang dibagikan kepada nasabah bank syariah kota Semarang. Data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara dan bersifat melengkap. ⁶⁰ Data sekunder ini meliputi sumber pustaka yang mendukung penulisan penelitian, serta diperoleh dari literatur yang relevan dengan permasalahan yang diteliti.

⁵⁹ Icam Sutisna, 'Statistika Penelitian', *Universitas Negeri Gorontalo*, 2020, 1–15
<https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/62615506/TEKNIK_ANALISIS_DATA_PENELITIAN_KUANTITATIF20200331-52854-1ovrwlw-libre.pdf?1585939192=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DTeknik_Analisis_Data_Penelitian_Kuantita.pdf&Expires=1697869543&Signat>.

⁶⁰ NAHWA UMAR, 'PENGARUH DISIPLIN KERJA, KOMITMEN, DAN KARAKTERISTIK INDIVIDU TERHADAP TOTAL QUALITY MANAGEMENT (Studi Kasus Pada Aparatur Sipil Negara Di Lingkup Pemerintah Kota Kendari)', 2022
<https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/62615506/TEKNIK_ANALISIS_DATA_PENELITIAN_KUANTITATIF20200331-52854-1ovrwlw-libre.pdf?1585939192=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DTeknik_Analisis_Data_Penelitian_Kuantita.pdf&Expires=1697869543&Signat>.

Pada penelitian ini, data sekunder yang diperoleh peneliti diambil melalui jurnal, website maupun internet.

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian adalah tempat atau objek untuk diadakan suatu penelitian. Lokasi penelitian ini ada di Kota Semarang. Penelitian ini dilakukan pada tanggal 9 Juli 2024.

3.3 Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sabar mendefinisikan populasi sebagai kesatuan subjek dalam penelitian yang merupakan elemen terpenting dalam suatu penelitian. Sedangkan Arikunto mendefinisikan populasi sebagai seluruh objek dalam penelitian yang dialami dan dicatat segala bentuk yang ada dilapangan. Sementara Nazir mendefinisikan populasi sebagai sekumpulan individu dengan kualitas dan ciri-ciri yang telah ditentukan.

Dari pengertian beberapa ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa populasi adalah keseluruhan elemen dalam penelitian yang mencakup objek dan subjek dengan ciri-ciri dan karakteristik tertentu. Pengertian populasi yang lebih kompleks adalah bahwa populasi tidak hanya mencakup sejumlah subjek yang dipelajari, tetapi juga mencakup seluruh karakteistik atau sifat yang dimiliki oleh subjek tersebut.⁶¹ Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah bank syariah Kota Semarang.

b. Sampel

Sampling merupakan teknik (prosedur atau perangkat) yang digunakan oleh peneliti untuk secara sistematis memilih sejumlah item atau individu yang lebih kecil (subset) dari populasi yang telah

⁶¹ I Made Dwi Mertha Adnyana, 'Populasi Dan Sampel', *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*, 14.1 (2021), 103–16.

ditetapkan sebelumnya. Tujuan dari proses ini adalah untuk menjadikan subset tersebut sebagai subjek (sumber data) bagi observasi atau eksperimen yang sesuai dengan tujuan studi. Pernyataan lain menjelaskan bahwa sampel merupakan sekelompok elemen yang dipilih dari kelompok yang lebih besar dengan harapan mempelajari kelompok yang lebih kecil ini (sampel) akan mengungkapkan informasi penting mengenai kelompok yang lebih besar (populasi).⁶²

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Menurut Sudjana, sampel adalah sebagian dari populasi yang diambil menggunakan metode tertentu. Sementara menurut Arikunto, sampel merupakan bagian kecil dari populasi yang dianggap mewakili populasi dalam penelitian yang dilakukan. Dari pengertian beberapa ahli tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa sampel adalah bagian dari populasi yang diambil dengan cara-cara tertentu dan memiliki karakteristik yang lengkap dan jelas, sehingga dianggap bisa mewakili populasi dalam penelitian yang dilakukan.⁶³

c. Teknik Sampling

Pengambilan sampel merupakan langkah pertama dan aspek penting dari keseluruhan proses analisis. Teknik pengambilan sampel menjelaskan teknik apa yang paling cocok untuk berbagai jenis penelitian, sehingga peneliti dapat dengan mudah menentukan teknik mana yang paling sesuai dan dapat diterapkan untuk penelitiannya. Tujuan pengambilan sampel umumnya adalah untuk memilih sampel yang representatif yaitu sampel yang mirip dengan populasi dari mana sampel itu berasal. Kapanpun seseorang ingin menggeneralisasi, sampel harus semirip mungkin dengan populasi.⁶⁴

⁶² Deri Firmansyah and Dede, 'Teknik Pengambilan Sampel Umum Dalam Metodologi Penelitian: Literature Review', *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1.2 (2022), 85–114 <<https://doi.org/10.55927/jiph.v1i2.937>>.

⁶³ Adnyana.

⁶⁴ Firmansyah and Dede.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel dengan metode non-probability sampling yang merupakan teknik yang tidak memberikan peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Selanjutnya jenis metode non probability sampling yang digunakan adalah purposive sampling yang merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan peneliti untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti. Pengambilan sampel dalam penelitian ini ditinjau dari populasi nasabah bank syariah Kota Semarang dengan kriteria :

- a. Nasabah Bank Syariah Kota Semarang yang beragama muslim.
- b. Nasabah Aktif Bank Syariah Kota Semarang yang memiliki rekening bank syariah minimal selama 3 tahun.
- c. Nasabah Bank Syariah Kota Semarang yang berusia 20-50 tahun.
- d. Nasabah Bank Syariah Kota Semarang yang sering melakukan transaksi dengan bank syariah baik secara langsung maupun melalui m-banking.

Tujuan adanya kriteria-kriteria diatas adalah digunakan untuk mendapatkan sampel yang dapat membantu peneliti dalam menganalisis pengaruh variabel independen yaitu *spiritual well-being* dan komitmen agama terhadap variabel dependen yaitu loyalitas nasabah bank syariah. Namun, pada penelitian ini belum diketahui jumlah pasti populasinya. Oleh karena itu peneliti menggunakan rumus Lameshow 1997 untuk menentukan jumlah sampel dengan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{z^2 p (1 - p)}{d^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

z = Nilai standart = 1.96

$p = \text{Maksimal estimasi} = 50\% = 0,5$

$d = \text{alpha} (0,10) \text{ atau sampling error} = 10\%$

$$n = \frac{z^2 p (1 - p)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \cdot 0,5 (0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \cdot 0,5 (0,5)}{0,01}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

$n = 96,04$ dibulatkan menjadi 100

Maka diperoleh hasil jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 100 responden.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah teknik atau cara yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data. Data yang dikumpulkan dalam penelitian akan digunakan untuk menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan dalam rumusan masalah, dan kemudian akan digunakan sebagai dasar dalam pengambilan kesimpulan.⁶⁵ Teknik atau cara untuk mendapatkan data penelitian ini menggunakan instrumen kuesioner. Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang digunakan sebagai data primer, dengan menyajikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk mendapatkan tanggapan mereka.

Data dari kuesioner yang diperoleh dari responden dinyatakan dalam bentuk skor atau nilai, di mana setiap jawaban memiliki nilai berbeda menggunakan skala likert yang terdiri dari lima tingkat preferensi jawaban. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban setiap

⁶⁵ M. Makbul, 'METODE PENGUMPULAN DATA DAN INSTRUMEN {PENELITIAN}', 2021.

item instrumen yang menggunakan skala likert memiliki gradasi dari sangat positif hingga sangat negatif.⁶⁶ Metode ini menjabarkan variabel yang akan di ukur dengan membentuk indikator variable, yang kemudian menjadi dasar penyusunan beberapa item pertanyaan yang nantinya akan diberikan kepada responden. Jawaban disetiap instrumen mendapatkan skor sebagaimana disajikan dalam tabel 3.1 sebagai berikut :

Tabel 3. 1 Skala Likert

Tanda	Keterangan	Bobot
STS	Sangat Tidak Setuju	1
TS	Tidak Setuju	2
N	Netral	3
S	Setuju	4
SS	Sangat Setuju	5

3.5 Variabel Penelitian

3.5.1 Variabel Independen (Variabel Bebas)

Variabel bebas atau yang sering juga disebut dengan variabel independen ini merupakan variabel yang mempengaruhi atau menyebabkan perubahan atau timbulnya variabel dependen (terkait). Variabel ini dapat disebut juga sebagai variabel stimulus, prediktor, atau antecedent. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah *spiritual well-being* dan komitmen agama.

3.5.2 Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Variabel dependen dalam bahasa Indonesia dikenal sebagai variabel terikat. Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat dari adanya variabel bebas. Variabel dependen disebut juga variabel output, kriteria, atau konsekuen.⁶⁷ Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah loyalitas nasabah.

⁶⁶ Anik Yuesti Anak Agung Putu Agung, 'Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif', 2017.

⁶⁷ Nikmatur Ridha, 'PROSES PENELITIAN, MASALAH, VARIABEL DAN PARADIGMA PENELITIAN Nikmatur Ridha', *Hikmah*, 14.1 (2017), 62–70.

3.6 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah definisi yang menjadikan variabel-variabel yang sedang diteliti menjadi bersifat operasional dalam kaitannya dengan proses pengukuran variabel-variabel tersebut. Dengan kata lain, definisi operasional memungkinkan konsep-konsep abstrak menjadi konkret dan terukur, sehingga memudahkan peneliti dalam mengidentifikasi dan mengukur variabel-variabel tersebut. Secara umum, penentuan atribut dan indikator yang digunakan dalam penelitian ini, serta definisi operasional variabel disajikan dalam tabel 3.2 sebagai berikut :

Tabel 3. 2 Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Likert
<i>Spiritual well-being</i> (X1)	Konseptualisasi <i>spiritual well-being</i> meliputi dua dimensi, yaitu dimensi vertikal dan dimensi horizontal. Dimensi vertikal yang berkaitan dengan agama, menunjukkan kesejahteraan individu dalam hubungannya dengan Tuhan (Allah) atau kekuatan yang Maha tinggi. Sementara itu, dimensi horizontal yang berfokus pada psikologi sosial, mencerminkan seberapa baik seseorang menyesuaikan diri dengan komunitas dan lingkungan sekitarnya (kesejahteraan eksistensial). ⁶⁸ Kesejahteraan spiritual merujuk pada perasaan keseimbangan dan harmonisasi dalam kehidupan seseorang yang sering kali berkaitan dengan pencarian makna, tujuan, dan hubungan yang mendalam dengan Tuhan atau kekuatan spiritual lainnya.	Menurut Afendi & Ghofur (2021) indikator <i>spiritual well-being</i> meliputi : a. Iman Subyektif b. Kepuasan Diri c. Kesalehan Pribadi d. Optimisme	
Komitmen Agama (X2)	Komitmen agama dapat didefinisikan sebagai tingkat	Menurut (El Sandra and Efriyuzal 2003) Dan	

⁶⁸ Afendi and Ghofur.

	<p>kesetiaan seseorang dalam mengikuti nilai, keyakinan, ritual agamanya serta menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari. Komitmen ini juga berperan dalam membentuk perilaku, sikap, dan pengambilan keputusan seseorang terkait dengan kesetiannya terhadap nilai, keyakinan, dan ritual agamanya yang tercermin dalam tindakansehari-hari.⁶⁹ Komitmen agama yang merupakan tingkat dedikasi dan keterlibatan seseorang dalam praktik dan keyakinan agama tertentu ini mencakup kepatuhan terhadap ajaran agama, partisipasi dalam kegiatan keagamaan, dan kesetiaan terhadap komunitas agama.</p>	<p>(Worthington, Wade and Higt 2003) indikator komitmen agama meliputi :</p> <ol style="list-style-type: none"> Keyakinan (<i>Religious Belief</i>) Ritual (<i>Religious Practice</i>) Penghayatan (<i>Religious Feeling</i>) Pengetahuan (<i>Religious Knowledge</i>) Pengaruh (<i>Religious Effect</i>) 	
Loyalitas Nasabah (Y)	<p>Loyalitas atau kesetiaan didefinisikan sebagai komitmen yang kuat untuk terus membeli atau menggunakan produk atau jasa tertentu di masa depan, meskipun terdapat situasi atau upaya pemasaran yang berpotensi memengaruhi perubahan perilaku pelanggan.⁷⁰</p>	<p>Menurut Griffin, J (2005) indikator loyalitas nasabah meliputi :</p> <ol style="list-style-type: none"> Pembelian ulang secara teratur (<i>makes regular repeat purchase</i>) Merekomendasikan kepada orang lain (<i>refers other</i>) Menunjukkan kekebalan dari daya tarik pesaing. (<i>immunity against compertitors</i>) 	

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan data kuantitatif yang merupakan bentuk analisis melalui angka-angka dan perhitungan dengan

⁶⁹ Irna Khairani, Ahmad Amin Dalimunthe.

⁷⁰ Irna Khairani, Ahmad Amin Dalimunthe.

alat statistik. Penelitian ini memerlukan analisis data dan interpretasi untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian, sehingga analisis data dapat lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Pengujian hipotesis ini dilakukan menggunakan program SPSS dengan penggunaan metode analisis yang sesuai digunakan. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

3.7.1 Uji Instrumen Penelitian

3.7.1.1 Uji Validitas

Validitas menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sebenarnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti. Menurut Imam Ghozali (2017) sebuah kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan-pertanyaannya mampu mengungkap sesuatu yang akan diukur. Uji validitas dilakukan dengan melihat tabel Item-Total Statistics, di mana nilai r hitung dibandingkan dengan nilai r tabel dengan kriteria dikatakan valid atau tidaknya menurut Imam Ghozali (2017) yaitu :

- Jika r hitung $>$ r tabel, maka instrumen valid.
- Jika r hitung $<$ r tabel, maka instrumen tidak valid.⁷¹

3.7.1.2 Uji Reliabilitas

Menurut Imam Ghozali (2017) reliabilitas merupakan alat untuk menguji kekonsistenan jawaban responden atas pertanyaan di kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Kriteria yang digunakan apabila suatu alat ukur memberikan hasil yang stabil, amak disebut alat ukur itu handal. Hasil ukur itu diterjemahkan dengan koefisien keandalan yaitu derajat kemampuan alat ukur mengukur perbedaan-perbedaan individu yang ada. Keandalan itu perlu, sebab data yang tidak andal atau bias tidak dapat diolah lebih lanjut karena akan menghasilkan kesimpulan yang bias. Pengukuran dilakukan sekali dan realibilitas dengan

⁷¹ GUN - MARDIATMOKO, 'Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda', *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14.3 (2020), 333–42 <<https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>>.

uji statistik *Cronbach Alpha*.⁷² Pada uji realibilitas ini menggunakan ukuran nilai cronbach's alpha yang apabila nilai *cronbach's alpha* > 0,6 maka instrumen tersebut dapat dikatakan realibel.⁷³ Imam Ghozali (2017) mengklasifikasikan nilai *cronbach's alpha* sebagaimana disajikan dalam tabel 3.3 sebagai berikut :

Tabel 3. 3 Interval Nilai Cronbach's Alpha

Interval Nilai Cronbach's Alpha	Kriteria
0,00 – 0,20	Kurang Realibel
0,21 – 0,40	Agak Realibel
0,41 – 0,60	Cukup Realibel
0,61 – 0,80	Realibel
0,81 – 1,00	Sangat Realibel

3.7.2 Uji Asumsi Klasik

3.7.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah variabel dependen dan independen dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak.⁷⁴ Model regresi yang baik harus memiliki distribusi data yang normal atau mendekati normal. Cara untuk mendeteksi normalitas adalah dengan melihat penyebaran data pada garis diagonal pada grafik *Normal P-P Plot of regression standardized residuals*. Jika data menyebar disekitar garis dan mengikuti garis diagonal, maka model regresi tersebut dianggap normal dan layak digunakan untuk memprediksi variabel bebas. Sebaliknya, jika data tidak mengikuti garis diagonal, model regresi dianggap tidak normal dan kurang layak digunakan. Metode lain untuk uji normalitas adalah dengan

⁷² N. Lilis Suryani, 'Pengaruh Lingkungan Kerja Non Fisik Dan Komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Bangkit Maju Bersama Di Jakarta', *JENIUS (Jurnal Ilmiah Manajemen Sumber Daya Manusia)*, 2.3 (2019), 419 <<https://doi.org/10.32493/jjsdm.v2i3.3017>>.

⁷³ Khusnul Fikriyah Wulan Santikawati Ulfa, 'ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MUSLIM DI TIKTOK SHOP', *Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5.2019 (2022), 106–18.

⁷⁴ Suryani.

menggunakan uji *One Sample Kolmogrov-Smirnov*. Kriteria pengujiannya sebagai berikut :

- Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka data berdistribusi normal (H_0 diterima).
- Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal (H_0 ditolak).⁷⁵

3.7.2.2 Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat korelasi anatar variabel independen. Menurut Ghozali (2017), Uji ini penting untuk memastikan bahwa model regresi tidak memiliki korelasi di antara variabel-variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak menunjukkan adanya korelasi di antara variabel independen. Jika terdapat korelasi antar variabel independen, maka variabel-variabel tersebut tidak bersifat ortogonal yang dapat mengurangi keakuratan hasil analisis. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dalam model regresi dapat dilihat dari *tolerance value* atau *Variance Inflation Factor* (VIF) dengan ketentuan sebagai berikut :

- Jika nilai-nilai *tolerance* $> 0,1$ dan nilai *variance inflation factor* (VIF) < 10 , maka tidak terjadi multikolinieritas.
- Jika nilai-nilai *tolerance* $< 0,1$ dan nilai *variance inflation factor* (VIF) > 10 , maka terjadi multikolinieritas.

3.7.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Imam Ghozali (2017) berpendapat bahwa “Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari suatu residual pengamatan ke pengamatan lain”. Heteroskedastisitas merupakan keadaan dimana terjadi ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Cara pengujiannya dengan Uji Glejser. Pengujian dilakukan dengan meregresikan variabel-variabel bebas terhadap nilai *absolute residual*.

⁷⁵ MARDIATMOKO.

Residual adalah selisih antara nilai variabel Y dengan nilai variabel Y yang diprediksi, dan *absolute* adalah nilai mutlaknya (nilai positif semua).

- Jika nilai signifikan antara variabel independen dengan absolut residual $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
- Jika nilai signifikan antara varaiabel independen dengan absolut residual $< 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas.

3.7.3 Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda adalah model persamaan yang digunakan untuk menjelaskan hubungan antara variabel tak bebas(*response*) atau dependen (Y) dengan dua atau lebih variabel bebas(*predictor*) atau independen (X_1, X_2, \dots, X_n). Tujuan utama dari uji regresi linier berganda adalah untuk memprediksi nilai variabel tak bebas/*response* (Y) berdasarkan nilai-nilai variabel bebasnya/*predictor* (X_1, X_2, \dots, X_n) yang diketahui. Selain itu, uji ini juga bertujuan untuk memahami arah dan kekuatan hubungan antara variabel tak bebas dengan variabel-variabel bebasnya.⁷⁶ Deskripsi persamaan regresi linear berganda pada penelitian ini sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

- Y = Loyalitas Nasabah Bank Syariah
a = Konstanta
 X_1 = *Spiritual well-being*
 X_2 = Komitmen Agama
 b_1 = Nilai Koefisien *Spiritual well-being*
 b_2 = Nilai Koefisien Komitmen Agama
e = Error

⁷⁶ I Made Yuliara, 'Regresi Linier Berganda', 2016.

3.7.4 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis bertujuan untuk menentukan apakah hipotesis yang diajukan dalam penelitian dapat diterima atau ditolak. Hipotesis adalah asumsi atau pernyataan yang bisa benar atau salah terkait dengan suatu populasi. Melalui pengamatan terhadap populasi, hipotesis dapat diuji kebenarannya. Dalam penelitian ini, pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan Uji F untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama, dan Uji t untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial serta menggunakan Uji R^2 untuk mengukur seberapa besar variabel independen dapat menjelaskan variasi dalam variabel dependen.⁷⁷

3.7.4.1 Uji Parsial (Uji T)

Untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial maka dilakukan uji t. Tingkat signifikan digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan dalam penelitian ini. Jika tingkat signifikansi $< 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara parsial. Sebaliknya, jika tingkat signifikansi $> 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen secara parsial.⁷⁸ Kriteria pengambilan keputusan :

- Jika nilai signifikansi $< 0,05$, atau t hitung $> t$ tabel maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y
- Jika nilai signifikansi $> 0,05$, atau t hitung $< t$ tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap Y.

3.7.4.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Kriteria pengambilan keputusan didasarkan pada tingkat signifikansi sebesar 0,05. Jika tingkat

⁷⁷ Iis Pradesan Lisa Amelia, 'Pengukuran Kualitas Layanan Website Terhadap Kepuasan Pengguna Pada Universitas XYZ Dengan Menggunakan Metode Webqual 4 . 0', *Sistem Dan Informatika (JSI)*, 2019, 57–63 <<https://doi.org/10.30864/jsi.v14i1.249>>.

⁷⁸ Lisa Amelia.

signifikansi hasil uji $< 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat secara bersama-sama. Namun, jika tingkat signifikansi hasil uji $> 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat secara bersama-sama.⁷⁹ Kriteria pengambilan keputusan :

- Jika nilai signifikansi $< 0,05$, atau F hitung $> F$ tabel maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y
- Jika nilai signifikansi $> 0,05$, atau F hitung $< F$ tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y .

3.7.4.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis determinasi adalah metode yang digunakan untuk mengukur sejauh mana variabel X (independen) memberikan kontribusi terhadap variabel Y (dependen). Analisis ini bertujuan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen.⁸⁰ Koefisien determinasi (R^2) digunakan mengukur seberapa jauh kemampuan sebuah model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berkisar antara 0 dan 1. Jika nilai R^2 kecil, artinya kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Sebaliknya, jika nilai R^2 mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2005).⁸¹

⁷⁹ Lisa Amelia.

⁸⁰ MARDIATMOKO.

⁸¹ UMAR.

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Semarang dimana Kota Semarang sebagai ibu kota Provinsi Jawa Tengah, merupakan salah satu pusat ekonomi yang terus berkembang dengan pesat. Dalam beberapa tahun terakhir, bank syariah telah menunjukkan pertumbuhan yang signifikan di kota ini, mencerminkan minat yang meningkat dari masyarakat terhadap sistem perbankan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang menjalankan operasional perbankan berdasarkan prinsip-prinsip hukum islam (syariah) yang meliputi pelarangan riba, kegiatan spekulatif, serta investasi dalam usaha-usaha yang haram menurut syariah. Sebagai gantinya, bank syariah menerapkan konsep bagi hasil, jual beli, dan sewa menyewa dalam berbagai produk dari layanannya.

Objek penelitian ini mencakup beberapa bank syariah yang beroperasi di Kota Semarang seperti BSI, BTN Syariah, Bank Muamalat, Bank Mega Syariah, Bank Panin Dubai Syariah, BCA Syariah, serta Bank Jateng Syariah. Penelitian ini akan meneliti salah satu aspek dari bank-bank tersebut yaitu tingkat loyalitas nasabah. Berikut gambaran dari ketujuh bank syariah tersebut:

1) Bank Syariah Indonesia (BSI)

Bank Syariah Indonesia (BSI) mencatat Sejarah penting dalam industri perbankan di Indonesia ketika secara resmi didirikan pada 1 Februari 2021 atau 19 Jumadil Akhir 1442 H. Peresmian BSI dilakukan langsung oleh Presiden Joko Widodo di Istana Negara. BSI merupakan hasil penggabungan tiga bank syariah milik negara, yaitu PT Bank BRI syariah Tbk, PT Bank Syariah Mandiri, dan PT Bank BNI Syariah. Penggabungan ini resmi disetujui oleh Otoritas

Jasa Keuangan (OJK) melalui Surat Keputusan No. 04/KDK.03/2021 yang diterbitkan pada 27 Januari 2021. Selanjutnya, pada 1 Februari 2021, Presiden Joko Widodo meresmikan kehadiran BSI.

Komposisi kepemilikan saham BSI pasca merger adalah: 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 pemegang saham dengan kepemilikan masing-masing di bawah 5%. Penggabungan ini menyatukan kekuatan ketiga bank syariah tersebut, memberikan BSI kemampuan untuk menawarkan layanan yang lebih lengkap, menjangkau pasar yang lebih luas, dan memiliki kapasitas permodalan yang lebih kuat. Dengan sinergi bersama perusahaan-perusahaan BUMN dan dukungan dari Kementerian BUMN, BSI diharapkan dapat bersaing di tingkat global. Adapun visi misi BSI sebagai berikut :

a. Visi

Top 10 Global Islamic Bank

b. Misi

- Memberikan akses solusi keuangan syariah di Indonesia Melayani >20 juta nasabah dan menjadi top 5 bank berdasarkan aset (500+T) dan nilai buku 50 T di tahun 2025
- Menjadi bank besar yang memberikan nilai terbaik bagi para pemegang saham Top 5 bank yang paling profitable di Indonesia (ROE 18%) dan valuasi kuat (PB>2).
- Menjadi perusahaan pilihan dan kebanggaan para talenta terbaik Indonesia. Perusahaan dengan nilai yang kuat dan memberdayakan masyarakat serta berkomitmen pada pengembangan karyawan dengan budaya berbasis kinerja.

2) BTN Syariah

Sejarah singkat BTN Syariah diawali dengan tanggal berdirinya yaitu tanggal 9 Februari 1950. Pada tanggal 22 Juni 1963, Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 4 tahun 1963, yang tercantum dalam Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 62 tahun 1963, mengubah nama Bank Tabungan Pos menjadi Bank Tabungan Negara. Selama periode ini, Bank BTN mengalami perkembangan dari sebuah divisi menjadi organisasi yang mandiri. Sejarah Bank BTN kemudian mengalami perubahan ketika pemerintah Indonesia menunjuknya sebagai sumber dana untuk proyek perumahan rakyat pada tanggal 29 Januari 1974 melalui Surat Menteri Keuangan RI Nomor B-49/MK/I/1974. Untuk menyelesaikan tugas tersebut, Bank BTN mengoperasikan KPR (Kredit Pemilikan Rumah) untuk pertama kalinya di negara ini mulai tahun 1976.

Pada akhirnya, Bank BTN merupakan satu-satunya lembaga keuangan yang secara eksklusif fokus pada pengembangan sektor perumahan di Indonesia melalui program Kredit Pemilikan Rumah (KPR) BTN. Pada tahun 1992, Bank BTN berhasil mencapai status sebagai bank yang berfokus pada bisnis perumahan melalui penyediaan fasilitas KPR. Selanjutnya, Keputusan Dewan Nomor 14/DIR/DSYA/2004, yang dikeluarkan oleh notaris di Jakarta, diumumkan dalam rapat umum pemegang saham pada 16 Januari 2004 oleh PT Bank Tabungan Negara (Persero). Hasilnya terbentuknya divisi Syariah ini juga harus memperkuat tekad ajaran Bank BTN untuk menjadikan pekerjaan sebagai ibadah selain ibadah lainnya. Divisi Syariah dibantu oleh Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang bertindak sebagai penasehat, pengamat, dan penasehat Direksi, Kepala Bidang Syariah dan Kepala Bagian Syariah. Adapun visi misi BTN Syariah sebagai berikut :

a. Visi :

Menjadi Strategic Business Unit BTN yang sehat dan terkemuka dalam penyediaan jasa keuangan syariah dan mengutamakan kemaslahatan bersama

b. Misi :

- Mendukung pencapaian sasaran laba usaha BTN.
- Memberikan pelayanan jasa keuangan Syariah yang unggul dalam pembiayaan perumahan dan produk serta jasa keuangan Syariah terkait sehingga dapat memberikan kepuasan bagi nasabah dan memperoleh pangsa pasar yang diharapkan.
- Melaksanakan manajemen perbankan yang sesuai dengan prinsip Syariah sehingga dapat meningkatkan ketahanan BTN dalam menghadapi perubahan lingkungan usaha serta meningkatkan shareholders value
- Memberi keseimbangan dalam pemenuhan kepentingan segenap stakeholders serta memberikan ketentraman pada karyawan dan nasabah.

3) Bank Muamalat

PT Bank Muamalat Indonesia Tbk (BMI) (“BMI”, “Bank”) merupakan bank pertama di Indonesia yang menggunakan konsep perbankan secara Syariah. Perusahaan ini didirikan berdasarkan Akta Pendirian No. 1 tanggal 1 November 1991 Masehi atau 24 Rabiul Akhir 1412 Hijriah, yang dibuat dihadapan Yudo Paripurno, SH, Notaris, di Jakarta. Akta pendirian tersebut telah disahkan oleh Menteri Kehakiman Republik Indonesia melalui Surat Keputusan No. C2-2413.HT.01.01 tahun 1992 tanggal 21 Maret 1992 dan telah didaftarkan di Pengadilan Negeri Jakarta Pusat pada tanggal 30 Maret 1992 di bawah No. 970/1992 serta diumumkan dalam Berita

Negara Republik Indonesia No. 34 tanggal 28 April 1992 tambahan No. 1919A. Anggaran Dasar Bank telah mengalami beberapa perubahan, terakhir pada Akta No. 21 tanggal 9 Desember 2022 yang dibuat di hadapan Notaris Ashoya Ratam, S.H. M.Kn, Pemberitahuan perubahan tersebut telah dicatat oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia melalui surat No. AHU-AH.01.03-0326274 tertanggal 14 Desember 2022.

BMI didirikan atas gagasan dari Majelis Ulama Indonesia (MUI), Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan para pengusaha muslim yang kemudian didukung oleh Pemerintah Republik Indonesia. Bank ini resmi beroperasi pada tanggal 1 Mei 1992 atau 27 Syawal 1412 H yang juga ditetapkan sebagai hari lahirnya. BMI memperoleh izin sebagai bank umum berdasarkan Surat Keputusan Menteri Keuangan RI Nomor 1223/MK.013/1991 tanggal 5 November 1991 serta Surat Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia No. 430/KMK.013/1992 tanggal 24 April 1992, tentang Pemberian Izin Usaha. Izin ini diperbarui melalui Surat Keputusan Menteri Keuangan No. 131/KMK.017/1995 tentang Perubahan Keputusan Menteri Keuangan No. 430/KMK.013/1992 tentang Pemberian Izin Usaha Perseroan tanggal 30 Maret 1995 yang dalam keputusannya memberikan izin kepada Perseroan untuk dapat melakukan usaha sebagai bank umum berdasarkan prinsip syariah.

Sebagai perusahaan publik yang sahamnya tidak terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), BMI mulai beroperasi sebagai Bank Devisa sejak tanggal 27 Oktober 1994 berdasarkan Surat Keputusan Direksi Bank Indonesia No. 27/76/KEP/DIR tentang Penunjukan PT Bank Muamalat Indonesia Menjadi Bank Devisa tanggal 27 Oktober 1994. Berdasarkan Surat Keputusan Menteri Keuangan No. S-79/MK.03/1995 tanggal 6 Februari 1995, BMI juga ditunjuk sebagai Bank Devisa Persepsi Kas Negara. Pada tanggal 28 Desember 2006 berdasarkan Surat Keputusan Menteri Keuangan No. S-

9383/MK.5/2006, BMI ditetapkan sebagai Bank Persepsi yang berwenang menerima setoran pajak. Selanjutnya, pada tanggal 25 Juli 2013, BMI menjadi peserta program penjaminan Lembaga Penjamin Simpanan sebagaimana tercantum dalam Surat Lembaga Penjamin Simpanan No. S.617/DPMR/VII/2013 perihal Kepesertaan Lembaga Penjamin Simpanan. Pada tanggal 28 Februari 2018, Bank ditetapkan sebagai Penerima Setoran Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji melalui Surat Keputusan Badan Pengelola Keuangan Haji No. 4/BPKH.00/2018. Untuk meningkatkan citra sebagai bank syariah yang Islami, Modern, dan profesional, BMI melakukan rebranding logo dan terus mencapai berbagai penghargaan, baik di tingkat nasional maupun internasional. Adapun visi misi BMI sebagai berikut :

a. Visi :

“Menjadi bank syariah terbaik dan termasuk dalam 10 besar bank di Indonesia dengan eksistensi yang diakui di tingkat regional”

b. Misi :

Membangun lembaga keuangan syariah yang unggul dan berkesinambungan dengan penekanan pada semangat kewirausahaan berdasarkan prinsip kehati-hatian, keunggulan sumber daya manusia yang islami dan profesional serta orientasi investasi yang inovatif, untuk memaksimalkan nilai kepada seluruh pemangku kepentingan.

4) Bank Mega Syariah

Pada awalnya dikenal sebagai PT Bank Umum Tugu (Bank Tugu), sebuah bank umum yang didirikan pada 14 Juli 1990. Pada tahun 2001, Bank Tugu ini diakuisisi oleh PT Mega Corpora(d/h Para Group) melalui PT Mega Corpora (d/h PT Para Global Investindo) dan PT Para Rekan Investama. Akuisisi ini diikuti

dengan perubahan kegiatan usaha pada tanggal 27 Juli 2004, dari bank umum konvensional menjadi bank umum syariah dengan nama PT Bank Syariah Mega Indonesia (BSMI). Seiring perubahan ini, dilakukan pula perubahan logo untuk meningkatkan citra sebagai lembaga keuangan syariah yang terpercaya di masyarakat. Pada tanggal 25 Agustus 2004, BSMI secara resmi beroperasi. Hampir tiga tahun kemudian, pada 7 November 2007, pemegang saham memutuskan untuk memperbarui logo BSMI agar lebih mencerminkan identitas sebagai bagian dari grup Mega Corpora.

Sejak 2 November 2010 hingga kini, bank dikenal sebagai PT Bank Mega Syariah. Pada 16 Oktober 2008, Bank Mega Syariah memperoleh izin untuk beroperasi sebagai bank devisa, yang memungkinkannya melakukan transaksi valuta asing dan terlibat dalam perdagangan internasional. Status ini memperluas jangkauan bisnis Bank Mega Syariah, dari yang awalnya hanya berfokus pada domestik menjadi meluas ke ranah internasional. Strategi perluasan pasar dan status sebagai bank devisa semakin memperkuat posisi Bank Mega Syariah sebagai salah satu bank syariah terkemuka di Indonesia. Pada 8 April 2009, Bank Mega Syariah memperoleh izin dari Kementerian Agama Republik Indonesia sebagai Bank Penerima Setoran Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPS BPIH), menjadikannya bank kedelapan yang terhubung secara online dengan Sistem Komputerisasi Haji Terpadu (Siskohat) Kementerian Agama. Izin ini memberikan fondasi baru bagi Bank Mega Syariah untuk semakin melengkapi kebutuhan perbankan syariah di Indonesia. Selain itu, sejak tahun 2018, Bank Mega Syariah telah ditunjuk sebagai Bank Penerimaan, Bank Penempatan, dan Bank Mitra Investasi oleh Badan Pengelola Keuangan Haji (BPKH). Pada tahun 2019, BPKH juga mempercayakan Bank Mega Syariah sebagai salah satu Bank Likuiditas, yang menjadi mitra dalam pengelolaan dana haji di Indonesia.

Pada tahun 2013, untuk memperkuat posisinya sebagai salah satu bank syariah terdepan di Indonesia, Bank Mega Syariah melakukan relokasi kantor pusat dari Menara Bank Mega ke Menara Mega Syariah. Adapun visi misi Bank Mega Syariah sebagai berikut:

a. Visi :

Tumbuh dan Sejahtera Bersama Bangsa

b. Misi :

- Bertekad mengembangkan perekonomian syariah melalui sinergi dengan semua pemangku kepentingan
- Menebarkan nilai-nilai kebaikan yang islami dan manfaat bersama sebagai wujud komitmen dalam berkarya dan beramal
- Senantiasa meningkatkan kecakapan diri dan berinovasi mengembangkan produk serta layanan terbaik yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

5) Bank Panin Dubai Syariah

PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk (“Panin Dubai Syariah Bank”), berkedudukan di Jakarta dan berkantor pusat di Gedung Panin Life Center, Jl. Letjend S. Parman Kav. 91, Jakarta Barat. Sesuai dengan pasal 3 Anggaran Dasar Panin Dubai Syariah Bank, ruang lingkup kegiatan Panin Dubai Syariah Bank adalah menjalankan kegiatan usaha di bidang perbankan dengan prinsip bagi hasil berdasarkan syariat Islam. Panin Dubai Syariah Bank mendapat ijin usaha dari Bank Indonesia berdasarkan Surat Keputusan Gubernur Bank Indonesia No.11/52/KEP.GBI/DpG/2009 tanggal 6 Oktober 2009 sebagai bank umum berdasarkan prinsip syariah dan mulai beroperasi sebagai Bank Umum Syariah pada tanggal 2 Desember 2009. Adapun visi misi Bank Panin Dubai Syariah sebagai berikut :

a. Visi :

Menjadi bank Syariah progresif di Indonesia yang menawarkan produk dan layanan keuangan komprehensif dan inovatif.

b. Misi :

- Peran aktif Perseroan dalam bekerjasama dengan Regulator: Secara profesional mewujudkan Perseroan sebagai bank Syariah yang lebih sehat dengan tata kelola yang baik serta pertumbuhan berkelanjutan.
- Perspektif nasabah: Mewujudkan Perseroan sebagai bank pilihan dalam pengembangan usaha melalui produk-produk dan layanan unggulan yang dapat berkompetisi dengan produk-produk bank Syariah maupun konvensional lain.
- Perspektif SDM/Staff: Mewujudkan Perseroan sebagai bank pilihan bagi para profesional, yang memberikan kesempatan pengembangan karier dalam industri perbankan Syariah melalui semangat kebersamaan dan kesinambungan lingkungan sosial.
- Perspektif Pemegang Saham: Mewujudkan Perseroan sebagai bank Syariah yang dapat memberikan nilai tambah bagi Pemegang Saham melalui kinerja profitabilitas yang baik di tandai dengan ROA dan ROE terukur.
- IT Support: Mewujudkan Perseroan sebagai perseroan yang unggul dalam pelayanan Syariah berbasis Teknologi Informasi yang memberikan pelayanan yang baik dan berkualitas bagi para nasabah.
- Untuk lima tahun ke depan, Perseroan akan berupaya untuk terus meningkatkan penerapan keuangan berkelanjutan dalam berbagai aspek operasi, sumber

daya manusia, kebijakan pembiayaan, produk dan layanan, dan manajemen risiko.

6) BCA Syariah

PT. Bank BCA Syariah ("BCA Syariah") merupakan hasil konversi dari akuisisi PT. Bank Central Asia Tbk (BCA) di tahun 2009 terhadap PT Bank Utama Internasional Bank (Bank UIB) berdasarkan Akta Akuisisi No. 72 tanggal 12 Juni 2009 yang dibuat di hadapan Notaris Dr. Irawan Soerodjo, S.H., M.Si., Notaris di Jakarta. Pada awalnya Bank UIB merupakan bank yang kegiatan usahanya sebagai bank umum konvensional, kemudian mengubah kegiatan usahanya menjadi bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip Syariah. Oleh karena itu Bank UIB mengubah namanya menjadi BCA Syariah dan menyesuaikan seluruh ketentuan dalam anggaran dasarnya menjadi sesuai dengan bank yang menjalankan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah berdasarkan Akta Pernyataan Keputusan Di Luar Rapat Perseroan Terbatas Bank UIB No. 49 tanggal 16 Desember 2009 yang dibuat di hadapan Notaris Pudji Rezeki Irawati, S.H., Notaris di Jakarta, dan telah mendapatkan persetujuan dari Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia dalam Surat Keputusannya No. AHU-01929. AH.01.02 tanggal 14 Januari 2010 tentang Persetujuan Akta Perubahan Anggaran Dasar Perseroan, dan telah diumumkan dalam Berita Negara Republik Indonesia pada Tambahan Berita Negara Republik Indonesia Nomor 23 tanggal 20 Maret 2012.

Berdasarkan Salinan Keputusan Gubernur Bank Indonesia No.12/13/KEP.GBI/DpG/2010 tanggal 2 Maret 2010, BCA Syariah memperoleh izin perubahan kegiatan usaha bank umum konvensional menjadi bank umum yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah. Berdasarkan izin dari Gubernur Bank Indonesia tersebut, BCA Syariah mulai beroperasi sebagai

Bank Umum Syariah pada tanggal 5 April 2010. Adapun visi misi BCA Syariah sebagai berikut :

a. Visi :

Menjadi Bank Syariah Andalan dan Pilihan Masyarakat

b. Misi :

- Mengembangkan SDM dan infrastruktur yang handal sebagai penyedia jasa keuangan syariah dalam rangka memahami kebutuhan dan memberikan layanan yang lebih baik bagi nasabah.
- Membangun institusi keuangan syariah yang unggul di bidang penyelesaian pembayaran, penghimpunan dana dan pembiayaan bagi nasabah bisnis dan perseorangan.

7) Bank Jateng Syariah

Bank Jateng Syariah merupakan Unit Bisnis yang didirikan oleh Bank Jateng untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan produk dan layanan perbankan berbasis syariah. Unit Usaha Syariah Bank Jateng resmi meluncurkan pada tanggal 26 April 2008, dengan kantor pusat di Gedung Grinatha Lt. IV, Jl. Pemuda No. 142 Semarang. Pada awal operasionalnya, Bank Jateng Syariah membuka Kantor Cabang Syariah pertamanya di Surakarta, yang mulai beroperasi pada tanggal 21 Mei 2008 di Jl. Slamet Riyadi No. 236 Surakarta. Hingga Oktober 2016, Bank Jateng Syariah telah mengoperasikan 4 Kantor Cabang Syariah, 9 Kantor Cabang Pembantu Syariah, 7 Kantor Kas Syariah, 145 Layanan Syariah (Office Channelling) yang tersebar diseluruh wilayah Jawa Tengah.

Nasabah Bank Jateng Syariah juga dapat melakukan transaksi tarik-setor rekening tabungan di Seluruh Kantor Cabang, Kantor Cabang Pembantu maupun Kantor Kas Bank Jateng di Seluruh Wilayah Jawa Tengah. Disamping kemudahan akses layanan dimaksud, beragam produk dan jasa keuangan perbankan dengan prinsip syariah juga dapat dinikmati oleh nasabah, baik produk

pembiayaan, pendanaan maupun jasa lainnya dengan fitur dan layanan yang sangat bersaing. Adapun visi misi Bank Jateng Syariah sebagai berikut :

a. Visi :

Menjadi Bank Syariah yang terpercaya dan menjadi kebanggaan masyarakat.

b. Misi :

- Memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perolehan laba Bank Jateng.
- Menyediakan produk-produk dan jasa perbankan syariah dengan layanan prima untuk memberikan kepuasan dan nilai tambah bagi nasabah dan sehingga mampu menggerakkan sektor riil sebagai pilar pertumbuhan ekonomi regional.
- Menjadi kemitraan dengan pihak-pihak terkait untuk membangun sinergi dalam pengembangan bisnis.
- Memberikan peluang dan dorongan bagi seluruh karyawan dengan mengembangkan seluruh potensi dirinya untuk kesejahteraan diri dan keluarganya, nasabah serta masyarakat pada umumnya.

4.2 Deskriptif Data Responden

Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling yang merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu sesuai dengan kriteria yang diinginkan peneliti untuk dapat menentukan jumlah sampel yang akan diteliti. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang didapat melalui penyebaran kuesioner.

Karakteristik responden dalam penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi identitas para responden. Karakteristik tersebut dapat diketahui melalui klasifikasi identitas responden yang meliputi usia, jenis kelamin, nama bank syariah yang digunakan, lama menggunakan bank

syariah, serta kecamatan nasabah bank syariah seluruh Kota Semarang dengan total responden sebanyak 100 responden.

4.2.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase
Laki-Laki	24	24%
Perempuan	76	76%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2024

Pada tabel 4.2 dapat diketahui bahwa jumlah responden secara keseluruhan sebanyak 100 responden. Responden laki-laki berjumlah 24 orang dengan presentase 24%, sedangkan untuk responden perempuan yaitu berjumlah 76 orang dengan presentase 76%.

4.2.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4. 2 Usia Responden

Usia (Tahun)	Jumlah Responden	Presentase
20-30 tahun	86	86%
31-40 tahun	8	8%
41-50 tahun	6	6%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2024

Pada tabel 4.2 dapat diketahui bahwa pengelompokan usia responden terdiri dari rentang usia 20-30 tahun, 31-40 tahun hingga 41-50 tahun. Frekuensi interval usia responden 20-30 tahun sebanyak 86 orang atau 86%, frekuensi interval usia responden 31-40 tahun berjumlah 8 orang dengan presentase 8%, dan frekuensi interval usia 41-50 tahun sejumlah 6 orang atau dengan presentase 6%.

4.2.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Bank Syariah yang Digunakan

Tabel 4. 3 Bank Syariah yang Digunakan

Bank Syariah	Jumlah Responden	Presentase
BSI	48	48%
BTN Syariah	14	14%
Bank Jateng Syariah	26	26%
Bank Mega Syariah	2	2%

BCA Syariah	9	9%
Bank Muamalat	1	1%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2024

Pada tabel 4.3 dapat diketahui bahwa responden yang menggunakan BSI berjumlah 48 orang atau 48%, sedangkan responden yang menggunakan BTN Syariah sejumlah 14 orang dengan presentase 14%, responden yang menggunakan Bank Jateng Syariah sebanyak 26 orang dengan presentase 26%, responden yang menggunakan Bank Mega Syariah sebanyak 2%, responden yang menggunakan BCA Syariah sebanyak 9 orang dengan presentase 9% dan responden yang menggunakan Bank Muamalat sebanyak 1 orang dengan presentase 1 %.

4.2.6 Deskripsi Responden Berdasarkan Lama Menjadi Bank Syariah

Tabel 4. 4 Lama Menjadi Nasabah Bank Syariah

Lama Menjadi Nasabah Bank Syariah	Jumlah Responden	Presentase
3-5 tahun	88	88%
6-10 tahun	8	8%
> 10 tahun	4	4%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2024

Pada tabel 4.4 dapat diketahui bahwa jumlah responden berdasarkan lama menjadi nasabah bank syariah selama 3-5 tahun sebanyak 88 orang dengan presentase 88%, sedangkan responden berdasarkan lama menjadi nasabah bank syariah selama 6-10 tahun sebanyak 8 orang dengan presentase 8% dan responden berdasarkan lama menjadi nasabah bank syariah selama > 10 tahun sebanyak 4 orang dengan presentase 4%.

4.3 Analisis Data

4.3.1 Uji Instrumen Penelitian

4.3.1.1 Uji Validitas

Uji Validitas berfungsi untuk menilai apakah suatu instrumen pengukuran valid atau tidak. Tingkat signifikansi yang digunakan yaitu 5% atau 0,05 dengan kriteria pengujian :

- Apabila $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$, maka item kuesioner dapat dikatakan valid
- Apabila $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$, maka item kuesioner dapat dikatakan tidak valid.

R tabel dapat diketahui dengan rumus $df (N-2)$ dimana N adalah jumlah sampel. Dalam penelitian ini jumlah responden yang di uji sebanyak 100 orang, maka $df (100-2) = 98$ dan nilai alpha 5%, dapat diperoleh r tabel yaitu 0,1966. Berikut adalah tabel uji validitas :

1. Variabel *Spiritual well-being*

Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Variabel *Spiritual well-being* (X1)

<i>Spiritual well-being</i> (X1)	R tabel	R hitung	Keterangan
X1.1	0,1966	0,868	Valid
X1.2	0,1966	0,837	Valid
X1.3	0,1966	0,842	Valid
X1.4	0,1966	0,804	Valid
X1.5	0,1966	0,851	Valid
X1.6	0,1966	0,874	Valid
X1.7	0,1966	0,914	Valid
X1.8	0,1966	0,842	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 4.5, dapat dilihat bahwa 8 item pernyataan kuesioner pada variabel *spiritual well-being* tersebut dikatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian ini.

2. Variabel Komitmen Agama

Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Variabel Komitmen Agama (X2)

Komitmen Agama (X2)	R tabel	R hitung	Keterangan
X2.1	0,1966	0,638	Valid

X2.2	0,1966	0,713	Valid
X2.3	0,1966	0,572	Valid
X2.4	0,1966	0,553	Valid
X2.5	0,1966	0,519	Valid
X2.6	0,1966	0,638	Valid
X2.7	0,1966	0,794	Valid
X2.8	0,1966	0,760	Valid
X2.9	0,1966	0,732	Valid
X2.10	0,1966	0,761	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 4.6, dapat diketahui bahwa seluruh item kuesioner komitmen agama memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari nilai r tabel, sehingga 10 pernyataan kuesioner tersebut dianggap valid.

3. Variabel Loyalitas

Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas Variabel Loyalitas (Y)

Loyalitas (Y)	R tabel	R hitung	Keterangan
Y.1	0,1966	0,863	Valid
Y.2	0,1966	0,851	Valid
Y.3	0,1966	0,830	Valid
Y.4	0,1966	0,882	Valid
Y.5	0,1966	0,863	Valid
Y.6	0,1966	0,844	Valid

Sumber : Data primer yang diolah 2024

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 4.7, dapat dilihat bahwa enam item pernyataan kuesioner variabel terikat (loyalitas) dikatakan valid karena memiliki nilai r hitung > dari r tabel yang artinya item pernyataan tersebut dapat digunakan dalam penelitian ini.

4.3.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah pengujian indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. Hal ini menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran itu tetap konsisten bila dilakukan dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama, dengan menggunakan alat ukur yang sama. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan menggunakan metode Cronbach's Alpha yang merupakan suatu rumus sistematis untuk mengukur Tingkat reliabilitas. Sebuah instrument penelitian dianggap reliabel atau

handal jika memiliki koefisien keandalan $> 0,60$. Hasil Uji reliabilitas disajikan dalam tabel 4.8 sebagai berikut :

Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1, X2 dan Y

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Keterangan
<i>Spiritual well-being</i> (X1)	0,946	Reliabel
Komitmen Agama (X2)	0,866	Reliabel
Loyalitas (Y)	0,924	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4.8 dapat diketahui bahwa seluruh item kuesioner dalam penelitian ini dikatakan reliabel karena memiliki nilai cronbach's lebih dari 0,60 seperti variabel *spiritual well-being* yang memiliki nilai cronbach's alpha 0,946 yang artinya lebih dari 0,60, begitupun dengan variabel komitmen agama yang memiliki nilai cronbach's alpha 0,866 $> 0,60$ dan variabel loyalitas yang memiliki nilai cronbach's alpha 0,92 juga lebih besar dari 0,60.

4.3.2 Uji Asumsi Klasik

4.3.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik adalah memiliki residual berdistribusi normal atau mendekati normal. Dalam penelitian ini, alat uji normalitas yang digunakan adalah uji One Kolmogorov-Smirnov (Uji K-S) pendekatan Monte Carlo P Values. Kriteria dalam Uji Kolmogorov-Smirnov untuk menentukan hasil salah satunya dapat melihat nilai signifikan atas Monte Carlo (2-tailed). Apabila nilai Monte Carlo Sig(2- tailed) yang dihasilkan lebih besar dari 0,05 maka residual berdistribusi normal ($\text{sig} > 0,05$) dan sebaliknya jika nilai Monte Carlo Sig(2-tailed) yang dihasilkan kurang dari 0,05 dapat dikatakan residual tidak berdistribusi normal ($\text{sig} < 0,05$). Hasil Uji Normalitas dengan metode Kolmogorov-Smirnov disajikan dalam tabel 4.9 sebagai berikut :

Tabel 4. 9 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		,0000000
	Std. Deviation		2,26617807
Most Extreme Differences	Absolute		,118
	Positive		,078
	Negative		-,118
Test Statistic			,118
Asymp. Sig. (2-tailed)			,002 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		,116 ^d
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,108
		Upper Bound	,125

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Sumber : Data primer yang diolah, 2024

Dengan program IBM SPSS versi 25 dalam pengujiannya memiliki tiga persamaan, menurut Mehta & Patel dapat menggunakan exact P-values, monte carlo P-values, dan asymptotic P-values. Dari kebanyakan penelitian memakai persamaan asymptotic dalam menguji normalnya suatu data, tetapi persamaan tersebut memiliki beberapa kelemahan yang membuat hasil data menjadi tidak normal. Kelemahan yang diakibatkan oleh asymptotic yaitu saat data kecil, data tidak seimbang dan berdistribusi buruk akan menyebabkan hasil yang tidak akurat. Maka dari itu selain menggunakan persamaan asymptotic salah satunya dapat menggunakan monte carlo. Persamaan monte carlo merupakan metode pengambilan sampel berulang. Berdasarkan tabel 4.9 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi Monte Carlo Sig. (2-tailed) adalah 0,116 yang artinya lebih besar dari 0,05. Dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini berdistribusi normal karena memiliki nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05.

4.3.2.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel-variabel bebas dalam suatu penelitian memiliki unsur-unsur yang sama. Ghozali (2016) menyatakan bahwa pengujian multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau tidak. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikoliniearitas dalam model regresi dapat dilihat dari *tolerance value* atau *Variance Inflation Factor* (VIF) dengan ketentuan jika nilai-nilai tolerance $> 0,1$ dan nilai variance inflation factor (VIF) < 10 , maka tidak terjadi multikoliniearitas. Sebaliknya, jika nilai-nilai tolerance $< 0,1$ dan nilai variance inflation factor (VIF) > 10 , maka terjadi multikoliniearitas. Hasil uji multikolinearitas disajikan dalam tabel 4.10 sebagai berikut :

Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinearitas

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-3,137	1,884		-1,665	,099		
	SPIRITUAL WELL-BEING	,609	,052	,754	11,714	,000	,573	1,747
	KOMITMEN AGAMA	,157	,059	,173	2,684	,009	,573	1,747

a. Dependent Variable: LOYALITAS

Sumber : Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4.10 pada uji multikolinearitas dapat diketahui nilai variabel *spiritual well-being* (X1) dengan nilai tolerance sebesar $0,573 > 0,1$ dan nilai VIF $1,747 < 10$ yang artinya tidak terjadi multikolinearitas. Demikian juga dengan variabel komitmen agama yang memiliki nilai tolerance sebesar $0,573 > 0,1$ dan nilai VIF $1,747 < 10$ yang artinya tidak terjadi multikolinearitas.

4.3.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2013), uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan cara uji glejser yang merupakan salah satu cara akurat untuk mendeteksi gejala heterokedastisitas. Teknik Glejser dilakukan dengan cara meregresikan variabel Independent (variabel bebas) dengan nilai absolut residualnya. Kriteria pengambilan keputusan menggunakan nilai sig. dimana jika nilai Sig. antara variabel bebas dengan variabel absolut residual lebih dari 0,05 ($\text{Sig} > 0,05$) maka dinyatakan tidak terdapat gejala Heterokedastisitas. Sebaliknya jika nilai Sig. antara variabel bebas dengan variabel absolut residual kurang dari 0,05 ($\text{Sig} < 0,05$) maka dinyatakan terdapat gejala Heterokedastisitas. Hasil uji glejser heterokedastisitas disajikan dalam tabel 4.11 sebagai berikut :

Tabel 4. 11 Hasil Uji Glejser Heterokedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,941	1,191		3,309	,001
	<i>SPIRITUAL WELL-BEING</i>	-,036	,033	-,146	-1,110	,270
	KOMITMEN AGAMA	-,024	,037	-,084	-,640	,524

a. Dependent Variable: RES2

Sumber : Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4.11 dapat dilihat bahwa nilai signifikansi seluruh variabel independen lebih dari 0,05 yaitu variabel *spiritual well-being* dengan nilai signifikansi sebesar 0,270 dan variabel komitmen agama yang memiliki nilai signifikansi sebesar 0,524, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas.

4.3.3 Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan teknik statistika yang dapat digunakan untuk menganalisis hubungan antara variabel dependen dan

variabel independen. Tujuan dari analisis regresi linear berganda adalah untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel independent yaitu *spiritual well-being* (X1) dan komitmen agama (X2) terhadap variabel dependen yaitu loyalitas (Y), sehingga dapat memuat prediksi yang tepat. Hasil uji analisis regresi linear berganda disajikan dalam tabel 4.12 sebagai berikut :

Tabel 4. 12 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3,137	1,884		-1,665	,099
	<i>SPIRITUAL WELL-BEING</i> (X1)	,609	,052	,754	11,714	,000
	KOMITMEN AGAMA (X2)	,157	,059	,173	2,684	,009

a. Dependent Variable: LOYALITAS (Y)

Sumber : Data primer yang diolah, 2024

Model persamaan yang digunakan untuk uji regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel 4.12 dengan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = -3,137 + 0,609 X_1 + 0,157 X_2 + e$$

Keterangan :

Y : Loyalitas

α : Konstanta

β : Bilangan koefisien variabel independen

X1 : *Spiritual well-being*

X2 : Komitmen Agama

e : error

Adapun interpretasi dari persamaan regresi linear berganda tersebut adalah sebagai berikut :

1. Nilai konstanta (α) sebesar -3,137 yang mana artinya jika *spiritual well-being* dan komitmen agama nilainya sama dengan 0, maka loyalitas bernilai -3,137.
2. Nilai koefisien *spiritual well-being* (X1) sebesar 0,609. Nilai koefisien bernilai positif yang artinya jika variabel *spiritual well-being* mengalami peningkatan sebesar 1 satuan sedangkan variabel komitmen agama konstan atau bernilai 0 maka nilai loyalitas akan meningkat sebesar 0,609. Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi nilai *spiritual well-being* maka akan semakin tinggi pula loyalitas nasabah.
3. Nilai koefisien komitmen agama (X2) sebesar 0,157. Dengan nilai koefisien yang positif, artinya ketika variabel komitmen agama mengalami peningkatan 1 satuan sedangkan variabel *spiritual well-being* konstan atau bernilai 0 maka loyalitas akan meningkat sebesar 0,157. Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi nilai komitmen agama maka akan semakin tinggi pula loyalitas nasabah.

4.3.4 Uji Hipotesis

4.3.4.1 Uji Parsial (Uji T)

Uji ini menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen individual secara individual terhadap variabel dependen. Kriteria pengambilan keputusannya adalah dengan membandingkan nilai signifikansinya. Jika nilai signifikansi yang diperoleh lebih kecil dari significance level yang ditetapkan 0,05 ($\alpha=5\%$) penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

Berdasarkan nilai t hitung dan t tabel :

- a. Jika nilai t hitung $>$ t tabel maka variabel bebas berpengaruh terhadap Y (variabel terikat)
- b. Jika nilai t hitung $<$ t tabel maka variabel bebas tidak berpengaruh terhadap Y (variabel terikat)

Berdasarkan nilai signifikan hasil output SPSS :

- a. Jika nilai signifikan $<$ 0.05 maka variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat

- b. Jika nilai signifikan > 0.05 maka variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat

Hasil uji parsial (uji t) disajikan dalam tabel 4.13 sebagai berikut :

Tabel 4. 13 Hasil Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3,137	1,884		-1,665	,099
	<i>SPIRITUAL WELL-BEING</i> (X1)	,609	,052	,754	11,714	,000
	KOMITMEN AGAMA (X2)	,157	,059	,173	2,684	,009

a. Dependent Variable: LOYALITAS (Y)

Sumber : Data primer yang diolah, 2024

Rumus t tabel dengan $\alpha = 0,05$

$$t \text{ tabel} = t (\alpha/2 ; n-k-1)$$

$$= t (0,05/2 ; 100-2-1)$$

$$= t (0,025 ; 97)$$

$$= 1.988 \rightarrow \text{dari distribusi nilai Ttabel}$$

α : tingkat kepercayaan 95 % = 0,05

n : jumlah sampel

k : jumlah variabel x

Berdasarkan hasil output SPSS pada tabel 4.13, menunjukkan hasil uji t dapat dilakukan dengan pembuktian hipotesis terhadap masing-masing variabel yaitu :

1. Pengaruh *spiritual well-being* terhadap loyalitas (H1)

Nilai signifikansi untuk pengaruh *spiritual well-being* (X1) terhadap loyalitas (Y) adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $11,714 > t \text{ tabel } 1,988$. Oleh karena itu, H_1 diterima dan H_0 ditolak, yang mengindikasikan bahwa secara parsial, *spiritual well being* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas.

2. Pengaruh komitmen agama terhadap loyalitas (H2)

Nilai signifikansi untuk pengaruh komitmen agama (X2) terhadap loyalitas (Y) adalah $0,009 < 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $2,684 > t \text{ tabel } 1,988$. Dapat diartikan bahwa H_1 diterima sedangkan H_0

ditolak, menunjukkan bahwa secara parsial, komitmen agama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas.

4.3.4.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji F bertujuan untuk menguji dan membuktikan apakah secara bersama-sama (simultan) variabel independen *spiritual well-being* dan komitmen agama terhadap loyalitas. Dasar keputusan dalam uji F adalah sebagai berikut :

- Jika nilai signifikansi < 0,05, atau F hitung > F tabel maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y
- Jika nilai signifikansi > 0,05, atau F hitung < F tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.

Tabel 4. 14 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1698,579	2	849,290	162,033	,000 ^b
	Residual	508,421	97	5,241		
	Total	2207,000	99			

a. Dependent Variable: LOYALITAS (Y)

b. Predictors: (Constant), Komitmen Agama (X2), *Spiritual well-being* (X1)

Sumber : Data primer yang diolah, 2024

Rumus F tabel = F (k ; n-k)

$$= F (2 ; 100-2)$$

$$= F (2 ; 98)$$

$$= 3.08 \rightarrow \text{dari distribusi nilai Ftabel}$$

n : jumlah sampel

k : jumlah variabel x

Berdasarkan tabel 4.14 hasil uji F diatas, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi (sig.) adalah 0,000 yang artinya lebih kecil dari 0,05 dan nilai F hitung adalah 162,033 yang artinya lebih besar dari nilai F tabel yaitu 3,08 maka H1 diterima yang berarti menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan. Dapat ditarik kesimpulan bahwa *spiritual well-being* dan komitmen agama secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi loyalitas.

4.3.4.3 Uji Koefisien Determinasi (R square)

Menurut Ghozali (2013), koefisien determinasi (R^2) adalah alat ukur yang digunakan untuk menghitung seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui presentasi pengaruh yang terjadi dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil uji koefisien detirminasi (R square) disajikan dalam tabel 4.15 sebagai berikut :

Tabel 4. 15 Hasil Koefisien Determinasi (R square)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,877 ^a	,770	,765	2,28942

a. Predictors: (Constant), KOMITMEN AGAMA (X2), *SPIRITUAL WELL-BEING* (X1)

Sumber : Data primer yang diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4.15, dapat diketahui bahwa hasil uji koefisien determinasi memiliki nilai Adjusted R Square sebesar 0,765 atau sebesar 76,5% yang dapat diartikan bahwa variabel *spiritual well-being* dan komitmen agama memberikan kontribusi pengaruh terhadap loyalitas nasabah bank syariah sebesar 76,5% sedangkan sisanya 23,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.4 Pembahasan Hasil

Hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini mengindikasikan bahwa *spiritual well-being* dan komitmen agama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa peningkatan *spiritual well-being* dan komitmen agama akan berkontribusi pada peningkatan loyalitas nasabah bank syariah.

4.4.1 Hasil Pengaruh *Spiritual Well-Being* terhadap Loyalitas

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa koefisien regresi variabel *spiritual well-being* sebesar 0,609 dengan nilai positif, yang menunjukkan bahwa semakin tingginya *spiritual well-being* maka akan meningkatkan loyalitas. Hasil pengujian hipotesis uji t menunjukkan bahwa nilai

signifikansi pengaruh *spiritual well-being* terhadap loyalitas adalah 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan nilai t hitung sebesar 11,714 lebih besar dari t tabel yaitu 1,988 yang menunjukkan bahwa H1 diterima, artinya *spiritual well-being* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah bank syariah.

Kesejahteraan spiritual mencakup dua dimensi yaitu dimensi yang berkaitan dengan agama dimana *spiritual well-being* menunjukkan kesejahteraan seseorang dalam hubungannya dengan Tuhan serta dimensi yang berfokus pada bagaimana seseorang beradaptasi dengan masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Prinsip religiusitas ini akan mengikat pelanggan sejalan dengan keyakinannya sehingga dapat mengikat loyalitas pelanggan untuk terus menggunakan produk atau jasa perusahaan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh Aulia and Hafasnuddin⁸², Sahputra and Harahap⁸³ serta Afendi and Ghofur⁸⁴ yang hasilnya menyatakan bahwa *spiritual well-being* atau religiusitas berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. *Spiritual well-being* berpengaruh positif terhadap loyalitas karena keselarasan nilai dan prinsip dimana bank syariah yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah menyediakan produk dan layanan yang sesuai dengan ajaran agama, sehingga menciptakan rasa keselarasan dengan nasabah, nasabah yang memiliki kesejahteraan spiritual yang baik cenderung mencari institusi yang mencerminkan nilai-nilai dan prinsip syariah yang mereka anut.

Begitupun dengan kepercayaan dan integritas dimana bank syariah dianggap lebih etis dan terpercaya karena beroperasi dengan prinsip transparansi, keadilan dan larangan riba. sehingga nasabah yang memiliki kesejahteraan spiritual yang baik cenderung mempercayai bank ini, yang

⁸² Muhammad Raziq Aulia and Hafasnuddin, 'Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Dan Religiusitas Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah MANDIRI Cabang Banda Aceh', *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 4.1 (2021), 108–21 <<http://jim.unsyiah.ac.id/ekm>>.

⁸³ Sahputra and Harahap.

⁸⁴ Afendi and Ghofur.

pada gilirannya meningkatkan loyalitas mereka. Nasabah yang bertransaksi dengan bank syariah mendapatkan kepuasan spiritual karena mereka merasa bahwa aktivitas finansial mereka sesuai dengan keyakinan agama mereka yang artinya kepuasan spiritual ini berkontribusi pada peningkatan loyalitas nasabah terhadap bank syariah. Artinya jika tingkat kesejahteraan spiritual dan religiusitas seorang pelanggan tinggi, maka loyalitasnya juga semakin tinggi

4.4.2 Hasil Pengaruh Komitmen Agama terhadap Loyalitas

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa koefisien regresi variabel komitmen agama sebesar 0,157 dengan nilai positif, yang menunjukkan bahwa semakin tingginya komitmen agama maka akan meningkatkan loyalitas. Hasil pengujian hipotesis uji t menunjukkan bahwa nilai signifikansi komitmen agama terhadap loyalitas adalah 0,009 lebih kecil dari 0,05 dan nilai t hitung sebesar 2,684 lebih besar dari t tabel yaitu 1,988. Dengan demikian H1 diterima, yang artinya komitmen agama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah bank syariah.

Komitmen merupakan motivasi dan keterlibatan serta kinerja dan kepatuhan pada organisasi.⁸⁵ Agama memuat segala sesuatu yang terbaik yang diperlukan manusia untuk mengolah tujuan-tujuan hidupnya. Agama menyediakan cita-cita kebahagiaan dan kesejahteraan, moralitas, etika kerja, manajemen keadilan serta apa saja yang dibutuhkan manusia dalam pergaulan dengan sesamanya dan seluruh unsur alam. Jadi komitmen agama adalah suatu bentuk kepatuhan pada ajaran agama. Bagi muslimin, Islam adalah jalan hidup yang menagtur seluruh aspek kehidupan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang telah dilakukan oleh El Junusi⁸⁶, Suwandi⁸⁷ serta Afendi and Ghofur⁸⁸ yang hasilnya menyatakan bahwa komitmen agama berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah.

⁸⁵ El Junusi.

⁸⁶ El Junusi.

⁸⁷ Suwandi.

⁸⁸ Afendi and Ghofur.

Komitmen agama berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah karena bank yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip syariah seringkali menekankan praktik bisnis yang etis dan adil.

Nilai - nilai ini sesuai dengan prinsip komitmen agama yang menghargai keadilan dan kesejahteraan sosial. Ketika nasabah melihat bahwa bank mereka berkomitmen pada prinsip-prinsip ini, mereka lebih cenderung untuk tetap loyal dan mendukung bank tersebut. Komitmen agama sering kali dikaitkan dengan integritas dan etika yang tinggi. Bank yang beroperasi berdasarkan prinsip-prinsip agama lebih etis dan dapat dipercaya. Nasabah yang memiliki komitmen agama yang tinggi cenderung mempercayai bahwa bank ini menjalankan bisnis dengan transparansi dan keadilan yang pada gilirannya meningkatkan loyalitas nasabah. Artinya, Semakin baik tingkat komitmen keagamaan seseorang akan meningkatkan kepuasannya, sehingga loyalitasnya juga semakin tinggi.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari data yang telah diperoleh melalui penyebaran kuesioner, peneliti melakukan pengelolaan data dan analisis data dalam penelitian tentang “Pengaruh *Spiritual well-being* dan Komitmen Agama terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah (Studi Kasus pada Nasabah Bank Syariah Kota Semarang)” maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel *spiritual well-being* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah bank syariah. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji parsial atau uji T yang memperlihatkan hasil t-hitung lebih besar dari t-tabel yaitu sebesar $11,714 > 1,988$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang artinya semakin tinggi *spiritual well-being* nasabah, maka semakin tinggi juga loyalitas nasabah terhadap bank syariah.
2. Variabel komitmen agama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah bank syariah. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji parsial atau uji T yang memperlihatkan hasil t-hitung lebih besar dari t-tabel yaitu sebesar $2,684 > 1,988$ dengan nilai signifikansi $0,009 < 0,05$ yang artinya semakin tinggi komitmen agama nasabah, maka semakin tinggi pula loyalitas nasabah terhadap bank syariah.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa *spiritual well-being* dan komitmen agama berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Agar penelitian ini dapat berkembang, maka peneliti memberikan saran kepada peneliti selanjutnya sebagai berikut :

1. Penelitian mendatang sebaiknya melakukan studi kasus pada nasabah bank syariah secara keseluruhan termasuk BPRS agar diperoleh hasil penelitian yang lebih komprehensif.
2. Penelitian selanjutnya disarankan untuk meneliti permasalahan serupa atau mengembangkannya dengan menambahkan faktor-faktor lain yang mempengaruhi loyalitas nasabah, karena dalam penelitian ini diketahui terdapat 23,5% faktor-faktor lainnya yang mempengaruhi loyalitas nasabah seperti reputasi perusahaan, inovasi produk, kepuasan dan lain sebagainya.
3. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menyebar kuesioner secara langsung dan menggunakan metode tambahan berupa wawancara langsung dengan responden agar responden memberikan jawaban dengan kesungguhan dan keseriusan, serta peneliti lebih terlibat dalam proses penelitian tersebut.
4. Disarankan untuk menambah jumlah sampel agar data yang didapatkan lebih akurat, mengingat jumlah masyarakat yang setiap tahunnya mengalami peningkatan.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pengalaman langsung peneliti dalam proses penelitian ini, terdapat beberapa keterbatasan yang dihadapi dan dapat menjadi faktor-faktor yang perlu diperhatikan oleh peneliti selanjutnya untuk menyempurnakan penelitiannya karena penelitian ini sendiri tentunya memiliki kekurangan yang perlu diperbaiki dalam penelitian mendatang. Beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, antara lain :

1. Dalam melaksanakan penelitian di Kota Semarang, peneliti menggunakan metode penyebaran kuesioner melalui Google Form. Dengan demikian, peneliti tidak dapat memantau seluruh responden secara langsung saat mereka mengisi kuesioner. Hal ini memungkinkan adanya berbagai kekurangan dalam penelitian ini.
2. Responden mungkin mengalami kesulitan dalam memahami maksud dari setiap pernyataan dalam kuesioner. Peneliti tidak dapat

mengawasi responden secara langsung saat mengisi kuesioner, sehingga apabila responden menghadapi pernyataan yang sulit dimengerti, hal ini dapat menyebabkan responden mengisi kuesioner seadanya sehingga hasil jawaban menjadi bias. Namun, dikarenakan keterbatasan waktu dan jangkauan, penyebaran kuesioner melalui internet (google form) merupakan cara yang paling cepat.

DAFTAR PUSTAKA

- Adnyana, I Made Dwi Mertha, 'Populasi Dan Sampel', *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*, 14.1 (2021), 103–16
- Afendi, Arif, and Abdul Ghofur, 'Spiritual Well-Being and Religious Commitment in Explaining Customer Satisfaction and Loyalty in Sharia Banking', *Economica: Jurnal Ekonomi Islam*, 12.1 (2021), 97–118
<<https://doi.org/10.21580/economica.2021.12.1.6429>>
- Anak Agung Putu Agung, Anik Yuesti, 'Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif', 2017
- Andriani, Faricha, 'Spiritual Well-Being Dalam Pandangan Tasawuf', *Akhlaq Dan Tasawuf*, 4.2 (2018)
- Astuti, Yulia Widi, Ratno Agriyanto, and Ahmad Turmudzi, 'Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna Layanan Mobile Banking Syariah', *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 19.3 (2020), 134–58
<<https://doi.org/10.14710/jspi.v19i3.134-158>>
- Aulia, Muhammad Raziq, and Hafasnuddin, 'Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Dan Religiusitas Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah MANDIRI Cabang Banda Aceh', *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 4.1 (2021), 108–21
<<http://jim.unsyiah.ac.id/ekm>>
- Budiman, Fathan, 'Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Cabang Boyolali', *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 2.5 (2020), 142–66
- Dami, Zummy Anselmus, Sance Mariana Tameon, and Ferdinant Alexander, 'Spiritual Well-Being as Variable Intervening Mindfulness Dan Life Satisfaction', *Konselor*, 7.4 (2018), 124–37
<<https://doi.org/10.24036/0201874102383-0-00>>
- Dharmmesta, Basu Swastha, 'LOYALITAS PELANGGAN: SEBUAH KAJIAN KONEPTUAL SEBAGAI PANDUAN BAGI PENELITI', *Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 14.3 (1999)
- Faiza, Nurlaili Adkhi Rizfa, 'Religiusitas, Kepuasan Pelayanan, Dan Pengaruhnya

- Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Di Kota Surabaya (Analisis Regresi Purposed Mediator Dengan Bootstrap Matrix)', *JES (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 7.2 (2022), 117–35 <<https://doi.org/10.30736/jes.v7i2.248>>
- Firmansyah, Deri, and Dede, 'Teknik Pengambilan Sampel Umum Dalam Metodologi Penelitian: Literature Review', *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1.2 (2022), 85–114 <<https://doi.org/10.55927/jiph.v1i2.937>>
- Fisher, John, 'The Four Domains Model: Connecting Spirituality, Health and Well-Being', *Religions*, 2.1 (2011), 17–28 <<https://doi.org/10.3390/rel2010017>>
- G.W.I. Awal Habibah, Wawa Zahwa, 'PENGARUH PENERAPAN NILAI -NILAI ISLAM PADA BANK BERBASIS SYARIAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA KC JAMBI', *PUBLIKASI MANAJEMEN INFORMATIKA*, 2.1 (2023)
- Hidayat, Rachmad, Sabarudin Akhmad, and Machmud Machmud, 'Effects of Service Quality, Customer Trust and Customer Religious Commitment on Customers Satisfaction and Loyalty of Islamic Banks in East Java', *Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah*, 7.2 (2015), 151–64 <<https://doi.org/10.15408/aiq.v7i2.1681>>
- Hidayat, Rachmad, Sabarudin Akhmad, and Machmud1, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Pelanggan Dan Komitmen Agama Pelanggan Terhadap Pelanggan Kepuasan Dan Loyalitas Bank Syariah Pada Pt Jawa Timur', *Al-Iqtishad*, 7.2 (2015), 151–64
- Icam Sutisna, 'Statistika Penelitian', *Universitas Negeri Gorontalo*, 2020, 1–15 <https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/62615506/TEKNIK_ANALISIS_DATA_PENELITIAN_KUANTITATIF20200331-52854-1ovrwlw-libre.pdf?1585939192=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DTeknik_Analisis_Data_Penelitian_Kuantita.pdf&Expires=1697869543&Signat>
- Irna Khairani, Ahmad Amin Dalimunthe, Arnida Wahyuni Lubis, 'Analisis Pengaruh E-Banking Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Sumut Unit Usaha Syariah Dengan Komitmen Keagamaan Sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus Bank Sumut Unit Usaha Syariah KCP Karya) Irna', *JURNAL MANAJEMEN AKUNTANSI (JUMSI)*, 3.3 (2023), 1725–40

<<https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK558907/>>

- Jitro Josni Palandi, Marjam Mangantar, Michael Ch. Raintung, 'PENGARUH KUALITAS JASA, KEPERCAYAAN DAN KEPUASAN NASABAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH PT. PEGADAIAN DI MANADO', 10.4 (2022), 565–76
- El Junusi, Rahman, 'Pengaruh Atribut Produk Islam. Komitmen Agama. Kualitas Jasa Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah (Pada Bank Muamalat Kota Semarang)', *Annual Conference on Islamic Studies (ACIS)*, November, 2009, 2–5
- Kurnia, Devi, 'Hubungan Antara Spiritual Well Being Dengan Coping Pada Musyrif/Ah Ma'Had Sunan Ampel Al- 'Aly (Msaa)', *Jurnal Psikologi Islam (JPI) Psikoislamika*, 11.1 (2018), 3
- Kusmawati, Ati, Cholichul Hadi, and Nur Ainy Fardana N, 'Tahsin Al- Qur ' an d Alam Meningkatkan Spiritual Well-Being Remaja Dengan Perilaku Delinkuen Tahsin Al-Qur ' an In Increasing Adolescent Spiritual Well-Being With Delinkuen Behavior', 01.02 (2019), 123–32 <<https://doi.org/10.29080/ipr.v1i2.191>>
- Lisa Amelia, Iis Pradesan, 'Pengukuran Kualitas Layanan Website Terhadap Kepuasan Pengguna Pada Universitas XYZ Dengan Menggunakan Metode Webqual 4 . 0', *Sistem Dan Informatika (JSI)*, 2019, 57–63 <<https://doi.org/10.30864/jsi.v14i1.249>>
- Lubis, Sri Riska Ananda, Annio Indah Lestari, and Nikmah Dalimunthe, 'Pengaruh Komitmen Agama Dan Atribut Produk Islam Terhadap Kepercayaan Nasabah Pada Jasa Lembaga Keuangan Syariah', *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 2.4 (2016), 178–89
- Makbul, M., 'METODE PENGUMPULAN DATA DAN INSTRUMEN {PENELITIAN}', 2021
- MARDIATMOKO, GUN -, 'Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda', *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14.3 (2020), 333–42 <<https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>>
- Mashuri, Mashuri, 'Analisis Dimensi Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Perspektif

- Islam’, *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 9.1 (2020), 54–64
<<https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v9i1.212>>
- Millaturrohmah, Anna, ‘PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN RELIGIUSITAS TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH INDONESIA DALAM MENGGUNAKAN INTERNET BANKING DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING’, 2022
- Mufti Hasan Alfani, Hendra Eka Saputra, Milani, Sri Okta Bella, ‘PENGARUH RELIGIUSITAS TERHADAP LOYALITAS NASABAH MELALUI CITRA BANK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA BANK SYARIAH DI KOTA PEKANBARU’, *Islamic Banking and Finance*, 7.1 (2024)
- Muhammad Zuardi, Nurhayati, Muslim Marpaung, ‘Model Keputusan Memilih Produk Berdasarkan Atribut Produk, Promosi Dan Komitmen Religius Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Produk Tabungan Di Bank Sumut Syariah’, 21.2 (2022), 333–50
- Mukminin, Muhammad Amirul, and Fitri Nur Latifah, ‘Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Di Sidoarjo (The Influence of Brand Image and Trust on Sharia Bank Customer Loyalty in Sidoarjo)’, 4.1 (2020), 54–72 <<https://doi.org/10.21070/perisai.v4i1.525>>
- Muljibir Rahman, Rusdin Muhalling, Elfinasari Miftahur Rahman Hakim, ‘PENGARUH SERVICE QUALITY , BRAND IMAGE , DAN RELIGIUSITAS TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK BSI CABANG KENDARI’, *Aswaja and Islamic Economics*, 01.02 (2022), 75–83 <[10.3194/jse.v1i1.6877](https://doi.org/10.3194/jse.v1i1.6877)>
- Nurul Vita Oktaviani, Ariadi Santoso, Afif Nur Rahmadi, ‘Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Indonesia Kc Kediri Trade Center’, *Riset Bisnis Dan Ekonomi*, 2.2 (2021)
- Priastana, I Ketut Andika, I Gusti Ayu Ratih Agustini, and Alfieri Leda Kio, ‘The Correlation Between Spiritual Well-Being and Depression Level in Elderly’, *NurseLine Journal*, 1.2 (2016), 184–89
<<http://jurnal.unej.ac.id/index.php/NLJ/article/view/4896>>
- Quraisy, Mujahid, and Mukhaer Pakkanna, ‘Komitmen Organisasi Dan Intention To Quit Karyawan Perbankan Syariah’, *Liquidity*, 4.2 (2018), 136–44

<<https://doi.org/10.32546/lq.v4i2.74>>

- Ridha, Nikmatur, 'PROSES PENELITIAN, MASALAH, VARIABEL DAN PARADIGMA PENELITIAN Nikmatur Ridha', *Hikamh*, 14.1 (2017), 62–70
- Sahputra, J, and R A Harahap, 'Pengaruh Religiusitas Terhadap Loyalitas Nasabah', *Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 1.1 (2022), 1–10
<<https://jurnal.perima.or.id/index.php/JEKSya/article/view/66%0Ahttps://jurnal.perima.or.id/index.php/JEKSya/article/download/66/78>>
- Sarkowi, 'Pengaruh Spiritual Well-Being Terhadap Pendampingan Belajar Daring Bagi Ayah Single Parent', *J-PAI : Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 9.1 (2022), 19–31
- Setyawan, Dodiet Aditya, 'Hipotesis (Handout Metodologi Penelitian)', *Buku Ajar Metodologi Penelitian: Konsep Pembuatan Karya Tulis Dan Tesis Untuk Mahasiswa Kesehatan*, 2014, 1–14
- Suryani, N. Lilis, 'Pengaruh Lingkungan Kerja Non Fisik Dan Komunikasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Bangkit Maju Bersama Di Jakarta', *JENIUS (Jurnal Ilmiah Manajemen Sumber Daya Manusia)*, 2.3 (2019), 419
<<https://doi.org/10.32493/jjsdm.v2i3.3017>>
- Sutisna, Sutisna, Rudi Aryanto, and Siti Mardiah, 'Religiusitas Sebagai Faktor Utama Loyalitas Nasabah Bank Syariah', *Jurnal Manajemen, Akuntansi, Ekonomi*, 1.2 (2022), 35–41 <<https://doi.org/10.59066/jmae.v1i2.112>>
- Sutono, Dian Wismar'ain, Nadila Fitri, 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami, Atribut Produk Dan Religiusitas Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Pada Bank Syariah Indonesia Cabang Kudus Sutono 1 ', *Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9.1 (2024)
- Suwandi, Angeline, 'PENGARUH RELIGIOUS COMMITMENT DAN ISLAMIC PHYSICAL DAN NON PHYSICAL ATTRIBUTES TERHADAP CUSTOMER LOYALTY DENGAN MEDIASI CUSTOMER SATISFACTION PADA MASYARAKAT BERAGAMA ISLAM YANG BERKUNJUNG KE LUAR NEGERI', *Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5.4 (2018), 53–54
- Syamsudin, Syamsudin, 'Analisis Pengaruh Budaya Organisasi Dan Komitmen Beragama Terhadap Loyalitas Mahasiswa Di Perguruan Tinggi Islam Swasta',

- Al-Fahim: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 6.1 (2024), 218–35
<<https://doi.org/10.54396/alfahim.v6i1.1172>>
- Thontowi, Drs.H.Ahmad, ‘Widyaiswara Madya Balai Diklat Keagamaan Palembang.’, 2000
- Tumanggor, Raja Oloan, ‘Analisa Konseptual Model Spiritual Well-Being Menurut Ellison Dan Fisher’, *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, 3.1 (2019), 43 <<https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v3i1.3521>>
- UMAR, NAHWA, ‘PENGARUH DISIPLIN KERJA, KOMITMEN, DAN KARAKTERISTIK INDIVIDU TERHADAP TOTAL QUALITY MANAGEMENT (Studi Kasus Pada Aparatur Sipil Negara Di Lingkup Pemerintah Kota Kendari)’, 2022
<https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/62615506/TEKNIK_ANALISIS_DATA_PENELITIAN_KUANTITATIF20200331-52854-1ovrwlw-libre.pdf?1585939192=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DTeknik_Analisis_Data_Penelitian_Kuantita.pdf&Expires=1697869543&Signat>
- Warsito, Windry Setyaning, ‘Pengaruh Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT Bank Perkreditan Rakyat Karyajatnika Sadaya Cabang Dago Bandung’, *Widya Cipta*, 2.2 (2018), 225–32
- Wiratnita, Indriani, ‘Pengaruh Prinsip Kepatuhan Syariah, Komitmen Agama Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Sumsel Babel Syariah KCP UIN Raden Fatah Palembang |Indriani’, 2016, 1–23
- Wulan Santikawati Ulfa, Khusnul Fikriyah, ‘ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN MUSLIM DI TIKTOK SHOP’, *Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5.2019 (2022), 106–18
- Yam, Jim Hoy, and Ruhayat Taufik, ‘Hipotesis Penelitian Kuantitatif’, *Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi*, 3.2 (2021), 96–102
<<https://doi.org/10.33592/perspektif.v3i2.1540>>
- Yuliara, I Made, ‘Regresi Linier Berganda’, 2016
- Yuningrum, Heny, Muyassarah Muyassarah, and Risma Dewi Astuti, ‘Effect of Service Quality, Product Quality, and Trust In Customer Satisfaction (Case Study

at Bank BRI Syariah KCP Kendal)', *AL-ARBAH: Journal of Islamic Finance and Banking*, 2.2 (2020), 139–56 <<https://doi.org/10.21580/al-arbah.2020.2.2.7425>>

LAMPIRAN

Lampiran 1 : Surat Pernyataan Kuesioner Penelitian kepada Responden

KUESIONER PENELITIAN

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Puji Syukur dan Salam Sejahtera

Responden yang terhormat,

Berkenaan dengan penelitian yang saya lakukan sebagai tugas akhir Strata Satu (S1), saya :

Nama : Endang Sri Mulyani Az-Zahra

NIM : 2005036074

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah

Universitas : Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang

Bermaksud akan melakukan penelitian ilmiah yang berjudul **“PENGARUH *SPIRITUAL WELL-BEING* DAN KOMITMEN AGAMA TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK SYARIAH (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Syariah Kota Semarang)”**

Kuesioner ini saya sebarakan untuk kepentingan pengumpulan data yang memiliki kaitan dengan penelitian. Untuk itu, saya mohon kepada responden untuk bersedia mengisi kuesioner penelitian ini dengan menjawab semua pernyataan yang tersedia secara benar jujur, mengingat data yang dikumpulkan ini sangat berarti pengaruhnya terhadap hasil penelitian. Saya menjamin informasi pribadi dan jawaban responden dirahasiakan. Demikian atas perhatiannya, saya ucapkan banyak terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Hormat saya,

Endang Sri Mulyani Az-Zahra

Lampiran 2 : Lembar Kuesioner Penelitian

LEMBAR KUESIONER

I. Identitas Responden

- a. Nama :
- b. Usia :
- c. Jenis Kelamin :
- d. Nama bank syariah yang digunakan :
- e. Lama menggunakan bank syariah :

II. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Isilah pernyataan dibawah ini dengan memberikan tanda check list (√) atas pengalaman Anda pada salah satu kolom jawaban yang ada, adapun arti dari jawaban yang ada pada kuesioner ini adalah :

Tanda	Keterangan	Bobot
STS	Sangat Tidak Setuju	1
TS	Tidak Setuju	2
N	Netral	3
S	Setuju	4
SS	Sangat Setuju	5

III. Pernyataan

A. *Spiritual Well-Being* (X1)

No.	Indikator	Pernyataan	Penilaian				
			STS	TS	N	S	SS
1.	Iman Subyektif	1. Saya percaya bahwa bank syariah membantu saya menjaga kehalalan transaksi keuangan saya.					
		2. Saya percaya bahwa bank syariah selalu mendukung					

		kebutuhan spiritual dan keimanan saya.					
2.	Kepuasan Diri	3. Saya merasa puas dengan layanan yang diberikan oleh bank syariah karena sesuai dengan prinsip-prinsip islam					
		4. Saya puas dengan transparansi dan integritas bank syariah dalam operasionalnya.					
3.	Kesalehan Pribadi	5. Saya merasa bahwa layanan bank syariah mendorong saya untuk lebih sering melakukan kebaikan dan amal saleh.					
		6. Saya merasa bahwa bank syariah membantu saya menjalankan kehidupan yang lebih saleh.					
4.	Optimisme	7. Saya merasa lebih optimis tentang kesejahteraan spiritual dan material saya karena menggunakan layanan bank syariah.					
		8. Saya merasa bahwa bank syariah memberikan saya harapan yang lebih baik untuk kesejahteraan finansial saya.					

B. Komitmen Agama (X2)

No.	Indikator	Pernyataan	Penilaian				
			STS	TS	N	S	SS
1.	Keyakinan (<i>Religious Belief</i>)	1. Saya rutin mengunjungi tempat ibadah untuk melaksanakan ibadah.					
		2. Saya aktif terlibat dalam kegiatan keagamaan yang diadakan di tempat ibadah.					
2.	Ritual (<i>Religious Practice</i>)	3. Saya memperoleh ketenangan lahir dan batin dengan menjalankan syariat islam.					
		4. Saya merasakan ketenangan lahir dan batin ketika beribadah, berdoa dan melakukan aktivitas keagamaan.					

3.	Penghayatan (<i>Religious Feeling</i>)	5. Saya percaya bahwa keyakinan yang saya anut merupakan suatu kebenaran.					
		6. Saya yakin dengan prinsip-prinsip agama yang saya anut untuk diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.					
4.	Pengetahuan (<i>Religious Knowledge</i>)	7. Saya sering berpartisipasi dalam kegiatan keagamaan di lingkungan saya.					
		8. Saya aktif terlibat dalam program sosial organisasi keagamaan untuk membantu masyarakat.					
5.	Pengaruh (<i>Religious Effect</i>)	9. Saya selalu beramal di setiap acara keagamaan.					

		10. Saya selalu meningkatkan jumlah donasi pada organisasi keagamaan yang akan mendatang.					
--	--	---	--	--	--	--	--

C. Loyalitas (Y)

No.	Indikator	Pernyataan	Penilaian				
			STS	TS	N	S	SS
1.	Setia menggunakan layanan	1. Saya akan terus menggunakan layanan bank syariah ini di masa yang akan mendatang.					
		2. Saya tidak akan menggunakan produk lain selain produk bank syariah ini.					
2.	Merekomendasikan kepada orang lain	3. Saya akan merekomendasikan bank syariah ini kepada keluarga dan teman.					
		4. Saya akan merekomendasikan produk dan layanan bank syariah ini					

		kepada orang lain.					
3.	Menunjukkan kekebalan dari daya tarik pesaing (<i>Immunity against competitors</i>)	5. Saya yakin bahwa produk dan layanan yang ditawarkan oleh bank syariah ini memiliki kualitas yang terbaik.					
		6. Saya yakin bahwa bank syariah ini memiliki reputasi yang baik di antara bank-bank lainnya.					

Lampiran 3 : Rekapitulasi Data Responden

a. Tabel Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase
Laki-Laki	24	24%
Perempuan	76	76%
Jumlah	100	100%

b. Tabel Usia Responden

Usia (Tahun)	Jumlah Responden	Presentase
20-30 tahun	86	86%
31-40 tahun	8	8%
41-50 tahun	6	6%
Jumlah	100	100%

c. Tabel Bank Syariah yang Digunakan

Bank Syariah	Jumlah Responden	Presentase
BSI	48	48%
BTN Syariah	14	14%
Bank Jateng Syariah	26	26%
Bank Mega Syariah	2	2%
BCA Syariah	9	9%
Bank Muamalat	1	1%
Jumlah	100	100%

d. Tabel Lama Menjadi Nasabah Bank Syariah

Lama Menjadi Nasabah Bank Syariah	Jumlah Responden	Presentase
3-5 tahun	88	88%
6-10 tahun	8	8%
> 10 tahun	4	4%
Jumlah	100	100%

Lampiran 4 : Data Tabulasi

<i>SPIRITUAL WELL-BEING (X1)</i>								Total
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	5	5	4	4	4	4	34
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	2	3	3	3	2	4	5	26
4	3	3	3	3	3	3	4	26
3	3	4	3	3	3	3	3	24
4	4	3	3	4	3	3	3	27
3	3	4	4	3	3	2	2	23
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	4	4	4	4	4	4	4	31
4	4	4	5	5	4	4	5	35
4	5	4	4	4	4	4	5	34
5	5	4	4	5	4	4	4	35
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40

4	4	4	4	4	3	3	4	30
3	4	3	3	4	4	4	3	28
5	5	5	5	5	5	5	4	39
4	4	5	4	5	5	4	4	35
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	4	4	5	5	4	5	5	37
4	4	4	4	5	4	4	5	34
4	3	3	4	3	3	3	3	26
5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	3	4	4	3	3	3	3	26
4	4	3	5	4	3	4	3	30
4	5	4	4	5	5	5	4	36
4	3	4	3	4	3	3	4	28
5	4	5	4	4	5	4	4	35
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	5	4	3	3	31
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	4	4	5	5	4	5	5	37
4	4	3	3	4	3	3	3	27
5	4	4	5	5	4	4	5	36
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	5	5	5	5	36
4	4	3	4	3	4	3	3	28
4	3	4	5	4	4	4	3	31
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	3	3	4	4	3	2	27
4	4	3	4	4	4	4	4	31
5	5	5	5	5	5	5	5	40
1	1	1	1	1	1	1	1	8
5	5	5	5	5	5	5	5	40

5	5	5	5	5	5	5	5	40
3	3	3	4	3	3	3	3	25
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	3	4	3	30
4	4	4	5	4	5	5	5	36
4	4	2	3	4	5	4	2	28
5	4	5	4	5	4	5	5	37
4	4	4	4	5	5	4	4	34
5	5	5	5	4	5	5	5	39
3	3	3	3	3	3	3	3	24
5	3	5	5	5	5	5	5	38
3	3	3	3	3	3	3	3	24
5	5	3	3	3	3	5	5	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	4	5	5	5	5	5	5	39
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	4	39
4	4	5	4	5	4	5	4	35
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	4	5	4	4	37
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	4	5	5	3	4	5	5	36
5	5	4	2	3	4	3	3	29
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	5	3	5	3	5	4	4	33
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	5	5	4	4	5	5	36

3	2	5	5	3	3	2	4	27
4	3	4	4	5	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	3	5	3	4	31
4	3	4	3	2	2	3	3	24
4	3	4	4	3	3	3	4	28
5	4	5	4	3	3	4	2	30
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	3	3	5	2	4	3	3	27
3	3	4	4	3	3	2	3	25
4	4	5	4	5	4	4	3	33
4	4	4	4	4	3	3	4	30
5	5	4	4	5	4	4	4	35
4	4	4	5	3	3	3	4	30

KOMITMEN AGAMA (X2)										Total
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	48
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	48
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	3	5	5	3	3	39
4	3	4	4	5	4	3	3	3	3	36
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
5	4	5	4	4	3	4	4	3	4	40
3	2	2	4	3	3	2	4	4	2	29
5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	3	5	5	5	5	3	3	3	3	40
5	3	5	5	5	5	5	5	5	3	46
3	4	5	5	5	5	5	4	4	4	44
4	3	5	5	5	5	3	3	3	4	40
5	4	4	5	5	5	3	4	4	4	43
5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	45
5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	45
5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	45
4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	44
4	3	5	5	5	4	3	3	3	3	38

4	4	5	5	5	5	5	3	5	5	46
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	42
5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	45
4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	46
4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	36
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	37
3	4	3	3	4	4	4	4	5	3	37
5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	43
4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	43
5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	43
3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	37
3	2	4	5	5	4	3	3	3	3	35
4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	45
5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	46
3	3	3	4	5	4	4	3	3	3	35
4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	43
4	4	5	5	5	5	4	4	4	3	43
4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	38
4	3	3	4	4	4	3	5	5	5	40
3	3	5	4	5	5	4	4	4	4	41
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	5	4	3	4	5	2	3	3	4	37
4	3	4	4	5	4	4	3	3	4	38
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	47
3	3	5	5	5	5	3	4	4	4	41
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	30

5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	40
3	2	5	5	5	5	1	1	4	3	34
5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	46
5	4	5	5	5	4	4	4	3	3	42
4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	44
5	3	5	5	5	5	3	3	3	3	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	2	5	4	5	3	3	2	3	3	33
4	2	5	5	5	5	4	4	3	3	40
3	3	5	5	5	5	3	3	3	3	38
3	4	4	4	3	4	4	3	3	5	37
4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	47
5	3	5	5	5	5	3	3	4	3	41
3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	35
4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	45
5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	45
4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	3	5	5	5	5	3	2	3	4	40
3	4	5	5	5	5	3	2	2	2	36
3	3	5	5	5	5	3	2	3	3	37
4	3	5	3	4	5	4	2	5	3	38
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	48
3	5	3	5	5	5	3	3	3	3	38
5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	45

4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	37
3	3	5	5	5	5	3	3	3	3	38
4	3	5	5	4	4	3	3	3	3	37
3	3	5	5	5	4	3	3	3	3	37
5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	44
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	3	5	5	5	3	2	2	3	3	36
4	2	5	5	5	5	2	2	4	5	39
3	3	4	4	5	4	3	3	4	4	37
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	44
5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	46

LOYALITAS (Y)						Total Y
Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	
5	5	5	5	5	5	30
5	4	5	5	5	5	29
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	4	5	5	23
3	3	3	3	4	3	19
3	3	3	3	3	3	18
3	3	4	3	4	4	21
2	2	3	3	4	4	18
4	4	5	4	4	4	25
4	4	4	4	4	4	24
4	3	4	4	4	4	23
5	3	5	5	5	5	28
4	4	4	4	4	4	24
4	3	4	4	5	4	24
5	5	5	4	4	4	27
4	3	4	4	4	4	23
4	4	5	5	5	5	28
5	5	5	5	4	4	28
4	4	3	3	4	4	22
3	3	4	3	3	4	20

5	5	5	5	5	5	30
4	3	4	4	4	4	23
5	5	3	3	5	4	25
4	3	4	4	4	4	23
4	5	4	4	4	4	25
3	3	3	3	3	3	18
5	5	5	5	5	5	30
3	3	4	4	4	3	21
4	4	3	3	5	5	24
4	4	4	4	4	4	24
4	3	4	4	4	4	23
4	4	4	5	5	4	26
4	3	4	4	3	3	21
4	3	3	3	3	4	20
5	5	5	5	4	5	29
5	5	4	4	4	4	26
3	3	3	3	3	3	18
4	3	4	3	4	4	22
4	3	4	4	4	4	23
5	4	4	4	4	5	26
5	4	4	4	4	3	24
3	3	4	4	4	4	22
5	4	5	5	5	5	29
3	3	4	5	3	2	20
4	2	4	4	4	4	22
5	5	5	5	5	5	30
1	1	1	1	1	1	6
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	4	5	29
3	3	3	3	3	3	18

4	4	4	4	4	5	25
2	2	3	3	4	3	17
4	4	5	5	5	4	27
3	1	2	2	3	3	14
5	4	4	5	5	5	28
4	4	4	4	5	4	25
4	4	4	5	5	4	26
2	1	3	3	3	3	15
5	5	5	5	5	5	30
3	3	3	3	3	3	18
5	5	4	4	4	3	25
5	3	4	4	4	5	25
5	3	5	5	5	5	28
3	3	3	3	3	3	28
4	4	4	5	5	5	27
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	4	29
4	5	4	5	4	5	27
4	4	5	5	5	5	28
5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30
5	4	5	3	5	5	27
4	4	3	3	3	4	21
3	2	2	2	3	3	15
5	3	4	5	4	3	24
5	5	5	5	5	5	30
4	4	5	5	5	5	28
5	4	4	4	5	5	27
1	1	2	2	3	3	12
4	3	4	4	4	4	23

4	3	4	4	4	4	23
4	3	5	3	3	2	20
3	1	3	3	3	3	16
4	3	4	4	4	4	23
3	4	5	3	2	2	19
5	5	5	5	5	5	30
4	2	5	1	3	3	18
5	1	5	3	3	3	20
4	3	4	4	4	4	23
4	3	3	3	3	3	19
3	4	4	4	4	4	23
5	4	5	4	4	4	26

Lampiran 5 : Uji Validitas Variabel *Spiritual well-being*

		Correlations								
		X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	Z1_7	X1_8	TOTAL
X1_1	Pearson Correlation	1	,782**	,716**	,630**	,670**	,787**	,787**	,696**	,868**
	Sig. (2-tailed)		0	0	0	0	0	0	0	0
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1_2	Pearson Correlation	,782**	1	,605**	,550**	,688**	,746**	,746**	,588**	,837**
	Sig. (2-tailed)	0		0	0	0	0	0	0	0
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1_3	Pearson Correlation	,716**	,605**	1	,732**	,668**	,692**	,692**	,691**	,842**
	Sig. (2-tailed)	0	0		0	0	0	0	0	0
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1_4	Pearson Correlation	,630**	,550**	,732**	1	,587**	,664**	,664**	,677**	,804**
	Sig. (2-tailed)	0	0	0		0	0	0	0	0
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1_5	Pearson Correlation	,670**	,688**	,668**	,587**	1	,770**	,770**	,658**	,851**
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0		0	0	0	0
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1_6	Pearson Correlation	,692**	,777**	,666**	,675**	,749**	,776**	,776**	,627**	,874**
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Z1_7	Pearson Correlation	,787**	,746**	,692**	,664**	,770**	1	1	,792**	,914**
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0	0			0	0
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1_8	Pearson Correlation	,696**	,588**	,691**	,677**	,658**	,792**	,792**	1	,842**
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0	0	0	0		0
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	,868**	,837**	,842**	,804**	,851**	,914**	,914**	,842**	1

	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0	0	0	0	0	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

Lampiran 6 : Uji Validitas Komitmen Agama

Correlations												
		X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	Z1_7	X1_8	X1_9	X1_10	TOTAL
X1_1	Pearson Correlation	1	,515**	,428**	,341**	,241*	,263**	,385**	,410**	,307**	,366**	,638**
	Sig. (2-tailed)		0	0	0	0,016	0,01	0	0	0	0	0
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1_2	Pearson Correlation	,515**	1	,216*	0,15	0,083	,306**	,623**	,629**	,440**	,524**	,713**
	Sig. (2-tailed)	0		0,03	0,15	0,41	0	0	0	0	0	0
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1_3	Pearson Correlation	,428**	,216*	1	,653**	,620**	,539**	,287**	0,08	0,17	,282**	,572**
	Sig. (2-tailed)	0	0,03		0	0	0	0	0,41	0,09	0,004	0
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1_4	Pearson Correlation	,341**	0,15	,653**	1	,731**	,585**	,208*	0,17	0,15	,252*	,553**
	Sig. (2-tailed)	0	0,15	0		0	0	0,04	0,09	0,13	0,011	0
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1_5	Pearson Correlation	,241*	0,08	,620**	,731**	1	,643**	,227*	0,1	0,19	,209*	,519**
	Sig. (2-tailed)	0,02	0,41	0	0		0	0,02	0,32	0,06	0,037	0
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1_6	Pearson Correlation	,263**	,306**	,539**	,585**	,643**	1	,327**	,225*	,390**	,384**	,638**
	Sig. (2-tailed)	0,01	0	0	0	0		0	0,02	0	0	0
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Z1_7	Pearson Correlation	,385**	,623**	,287**	,208*	,227*	,327**	1	,764**	,624**	,587**	,794**
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0,04	0,023	0		0	0	0	0
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1_8	Pearson Correlation	,410**	,629**	0,08	0,17	0,101	,225*	,764**	1	,693**	,615**	,760**
	Sig. (2-tailed)	0	0	0,41	0,09	0,319	0,02	0		0	0	0
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1_9	Pearson Correlation	,307**	,440**	0,17	0,15	0,187	,390**	,624**	,693**	1	,696**	,732**
	Sig. (2-tailed)	0	0	0,09	0,13	0,063	0	0	0		0	0
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1_10	Pearson Correlation	,366**	,524**	,282**	,252*	,209*	,384**	,587**	,615**	,696**	1	,761**
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0,01	0,037	0	0	0	0		0
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	,638**	,713**	,572**	,553**	,519**	,638**	,794**	,760**	,732**	,761**	1
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Lampiran 7 : Uji Validitas Loyalitas

		Correlations						
		Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Y_5	Y_6	TOTAL
Y_1	Pearson Correlation	1	,713**	,747**	,666**	,647**	,650**	,863**
	Sig. (2-tailed)		0	0	0	0	0	0
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y_2	Pearson Correlation	,713**	1	,630**	,697**	,634**	,626**	,851**
	Sig. (2-tailed)	0		0	0	0	0	0
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y_3	Pearson Correlation	,747**	,630**	1	,724**	,602**	,572**	,830**
	Sig. (2-tailed)	0	0		0	0	0	0
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y_4	Pearson Correlation	,666**	,697**	,724**	1	,758**	,687**	,882**
	Sig. (2-tailed)	0	0	0		0	0	0
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y_5	Pearson Correlation	,647**	,634**	,602**	,758**	1	,836**	,863**
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0		0	0
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y_6	Pearson Correlation	,650**	,626**	,572**	,687**	,836**	1	,844**
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0	0		0
	N	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	,863**	,851**	,830**	,882**	,863**	,844**	1
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0	0	0	0
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

Lampiran 8 : Uji Reliabilitas

Spiritual well-being

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,946	8

Komitmen Agama

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,866	10

Loyalitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,924	6

Lampiran 9 : Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		,0000000
	Std. Deviation		2,26617807
Most Differences	Extreme Absolute		,118
	Positive		,078
	Negative		-,118
Test Statistic			,118
Asymp. Sig. (2-tailed)			,002 ^c
Monte Carlo Sig. (2-tailed)			,116 ^d
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,108
		Upper Bound	,125

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Lampiran 10 : Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-3,137	1,884		-1,665	,099	
	SPIRITUAL WELL-BEING	,609	,052		11,714	,000	,573
	KOMITMEN AGAMA	,157	,059		2,684	,009	,573

a. Dependent Variable: LOYALITAS

Lampiran 11 : Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3,941	1,191		3,309	,001		
	SPIRITUAL WELL-BEING	-,036	,033	-,146	-1,110	,270	,573	1,747
	KOMITMEN AGAMA	-,024	,037	-,084	-,640	,524	,573	1,747

a. Dependent Variable: RES2

Lampiran 12 : Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3,137	1,884		-1,665	,099
	SPIRITUAL WELL-BEING (X1)	,609	,052	,754	11,714	,000
	KOMITMEN AGAMA (X2)	,157	,059	,173	2,684	,009

a. Dependent Variable: LOYALITAS (Y)

Lampiran 13 : Uji T (Uji Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3,137	1,884		-1,665	,099
	SPIRITUAL WELL-BEING (X1)	,609	,052	,754	11,714	,000
	KOMITMEN AGAMA (X2)	,157	,059	,173	2,684	,009

a. Dependent Variable: LOYALITAS (Y)

Lampiran 14 : Uji F (Uji Simultan)

ANOVA^a

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1698,579	2	849,290	162,033	,000 ^b
	Residual	508,421	97	5,241		
	Total	2207,000	99			

a. Dependent Variable: LOYALITAS (Y)

b. Predictors: (Constant), KOMITMEN AGAMA (X2), *SPIRITUAL WELL-BEING* (X1)

Lampiran 15 : Uji Koefisien Determinasi (R Square)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,877 ^a	,770	,765	2,28942

a. Predictors: (Constant), KOMITMEN AGAMA (X2), *SPIRITUAL WELL-BEING* (X1)

Lampiran 16

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Data Pribadi

Nama : Endang Sri Mulyani Az-Zahra
Tempat & tanggal lahir : Demak, 19 November 2001
Alamat : Kuripan, RT 01/RW 03 Desa Kuripan, Kec.
Karangawen, Kab. Demak
Jenis kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
No Hp : 089676433789
Email : endangazzahra57@gmail.com

Pendidikan

1. SDN Kuripan 1
2. SMPN 1 Mranggen
3. MAN 1 Kota Semarang
4. UIN Walisongo Semarang

Semarang, 9 September 2024
Penulis,

Endang Sri Mulyani Az-Zahra
NIM. 2005036074