

SKRIPSI

**PENGARUH *SHARIAH COMPLIANCE* DAN NILAI
NASABAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH
PADA PT. BANK ACEH SYARIAH**



Disusun Oleh:

**CUT AYU HAFRIDA
NIM. 150603259**

**PROGAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2020 M / 1442 H**

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Cut Ayu Hafrida
NIM : 150603259
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan SKRIPSI ini, saya:

1. *Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.*
2. *Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
3. *Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
4. *Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.*
5. *Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggung jawab atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 29 Agustus 2020

Yang Menyatakan,



Cut Ayu Hafrida

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh
Sebagai Salah Satu Beban Studi
Untuk Menyelesaikan Program Studi Perbankan Syariah

Dengan Judul:

**Pengaruh *Shariah Compliance* dan Nilai Nasabah Terhadap
Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Aceh Syariah**

Disusun Oleh:

Cut Ayu Hafrida
NIM. 150603259

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah memenuhi syarat sebagai kelengkapan dan penyelesaian studi pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Pembimbing I,

Ayumiati, SE., M. Si

NIP. 19780615 200912 2 002

Pembimbing II,

Isnaliana, S.H., MA

NIDN. 2029099003

Mengetahui

Ketua Program Studi Perbankan Syariah, *B*

Dr. Nevi Hasnita, M. Ag

NIP. 19771105 200604 2 003

**LEMBAR PENGESAHAN SIDANG HASIL
SKRIPSI**

Cut Ayu Hafrida
NIM. 1506023259

Dengan Judul:
**Pengaruh *Shariah Compliance* dan Nilai Nasabah Terhadap
Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Aceh Syariah**

Telah Disidangkan Oleh Program Studi Strata Satu (S1)
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry
dan Dinyatakan Lulus Serta Diterima Sebagai Salah Satu Beban Studi
untuk
Menyelesaikan Program Studi Strata 1 dalam bidang Perbankan Syariah

Pada Hari/Tanggal: Kamis, 29 Agustus 2020
10 Muharram 1442 H

Banda Aceh
Tim Penilai Sidang Skripsi

Ketua,

Ayumiati, SE., M.Si.
NIP. 19806152009122002

Sekretaris,

Isnahiana, S. Hl., MA
NIDN. 2029099003

Penguji 1

Akmal Riza, SE., M.Si
NIDN. 2002028402

Penguji II

Sufitrayati, SE., M.Si
NIDN. 1306037901

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Uin Ar-Raniry Banda Aceh



Dr. Zaki Fuad, M. Ag
NIP. 196403141992031003



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922

Web: www.library.ar-raniry.ac.id Email: library@ar-raniry.ac.id

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA
ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Cut Ayu Hafrida

NIM : 150603259

Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah

E-mail : cuthafrida@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah :

Tugas Akhir KKUSkripsi

yang berjudul:

**Pengaruh Shariah Compliance dan Nilai Nasabah Terhadap
Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Aceh Syariah**

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh

Pada tanggal : -

Penulis	Pembimbing I	Pembimbing II
Cut Ayu Hafrida	Ayumiati, SE., M.Si	Isnallana, S. Ml., MA
NIM. 150603259	NIP. 197806152009122002	NIDN. 2029099003

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah mencurahkan rahmat, hidayah dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Pengaruh *Shariah Compliance* dan Nilai Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Aceh Syariah. Selawat dan salam tak lupa pula peneliti kirimkan kepada Nabi Muhammad SAW, keluarga dan para sahabatnya. Skripsi ini merupakan salah satu syarat menyelesaikan pendidikan sarjana (S1) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh.

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti banyak menerima bantuan berupa saran, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak dalam bentuk moral maupun material. Maka untuk selanjutnya dengan rasa hormat peneliti sampaikan terima kasih kepada :

1. Dr. Zaki Fuad, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.
2. Dr. Nevi Hasnita, M. Ag, Ayumiati, SE.,M.Si dan Mukhlis, S.HI., SE., M.H selaku Ketua, Sekretaris dan Operator Program Studi Perbankan Syariah.
3. Muhammad Arifin, Ph.D. selaku Ketua dan Sektretaris Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

4. Ayumiati, SE., M. Si selaku pembimbing I dan Isnaliana, S. Hi., MA. selaku pembimbing II yang telah sangat banyak memberikan masukan dan saran bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Akmal Riza, SE.,M.Si selaku penguji I dan Sufitrayati, SE.,M.Si selaku penguji II yang telah sangat banyak memberikan masukan dan saran bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Prof. Dr. Nazaruddin A. wahid, MA selaku Penasehat Akademik, Bapak/Ibu Dosen Program Studi Perbankan Syariah beserta staf akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
7. Pihak Bank Aceh Syariah selaku lokasi penelitian ini yang mana telah banyak memebrikan data untuk penelitian ini sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian.
8. Ayahanda T. Muhammad Hasan dan Ibunda (Almh) Faridah yang telah membesarkan dan mengasuh dengan penuh cinta dan kasih sayang serta tak henti-hentinya mendoakan dengan tulus untuk kesehatan, kebahagiaan, dan kekuatan peneliti.
9. Suami Mulia Akbar dan Ananda Asyraf Shakeil Akbar yang selalu memberikan semangat kepada penulis serta tak henti-hentinya mendoakan peneliti dengan tulus untuk kesehatan, kebahagiaan dan kekuatan peneliti.

Terima kasih juga kepada keluarga peneliti yaitu adik-adik peneliti yang juga selalu memberi dorongan dan motivasi, nasehat serta semangat bagi peneliti

10. Efrizal, SE yang merupakan teman peneliti yang sudah banyak memberi saran dan bantuan dalam penyusunan skripsi ini dan seluruh teman-teman seperjuangan Program Studi Perbankan Syariah, yang sudah empat tahun bersama dalam perjuangan yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu. Terima kasih atas dukungannya selama ini.
11. Seluruh pihak yang telah tulus ikhlas membantu, memberikan doa, dan dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Bantuan tersebut peneliti serahkan kepada Allah SWT untuk diberi balasan dan pahala yang lebih baik lagi. Peneliti sadari dalam skripsi ini masih banyak kekurangan, maka dari itu peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk menjadikan skripsi ini lebih baik. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua, Amin.

Banda Aceh, 29 Agustus 2020
Penulis,

Cut Ayu Hafrida

TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K
Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543 b/u/1987

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Ẓ
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	Ḥ	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Ẓ	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	’
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	<i>Fathah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
◌ِ يَ	<i>Fathah dan ya</i>	Ai
◌ِ وَ	<i>Fathah dan wau</i>	Au

Contoh:

كيف : *kaifa*

هول : *hauula*

3. *Maddah*

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
ي / َ	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>ya</i>	Ā
ي ِ	<i>Kasrah</i> dan <i>ya</i>	Ī
ي ُ	<i>Dammah</i> dan <i>wau</i>	Ū

Contoh:

قَالَ : *qāla*

رَمَى : *ramā*

قِيلَ : *qīla*

يَقُولُ : *yaqūlu*

4. *Ta Marbutah* (ة)

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua.

a. *Ta marbutah* (ة) hidup

Ta marbutah (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah

t.

b. *Ta marbutah* (ة) mati

Ta marbutah (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *ta marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan

kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *raudah al-atfāl/ raudatul atfāl*

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ : *al-Madīnah al-Munawwarah/
al-Madīnatul Munawwarah*

طَلْحَةُ : *Talḥa*

Catatan:

Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.

ABSTRAK

Nama : Cut Ayu Hafrida
NIM : 150603259
Fakultas/Prodi : Ekonomi Dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Judul skripsi : Pengaruh *Shariah Compliance* dan Nilai Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Aceh Syariah
Tanggal Sidang : 29 Agustus 2020
Tebal skripsi : 152 halaman
Pembimbing I : Ayumiati, SE., M. Si
Pembimbing II : Isnaliana, S.HI., MA

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh *shariah compliance* dan nilai nasabah terhadap loyalitas nasabah pada PT. Bank Aceh Syariah. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dan dokumentasi dengan populasi seluruh nasabah PT. Bank Aceh Syariah dan sampel sebanyak 100 orang dari hasil menggunakan rumus *Slovin*. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan bantuan *software* SPSS. Hasil penelitian ini secara parsial menunjukkan *shariah compliance* tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah dan nilai nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Secara simultan *shariah compliance* dan nilai nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Kata kunci: *shariah compliane, nilai nasabah, loyalitas.*

جامعة الرانيري
A R - R A N I R Y

DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SIDANG HASIL SKRIPSI.....	iii
FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK	iv
KATA PENGANTAR	v
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN	viii
ABSTRAK	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.5 Sistematika Penulisan.....	14
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 <i>Shariah Compliance</i>	15
2.1.1 Pengertian <i>Shariah Compliance</i>	15
2.1.2 Dimensi <i>Shariah Compliance</i>	17
2.1.3 Ketentuan <i>Shariah Compliance</i>	18
2.2 Nilai Nasabah.....	19
2.2.1 Pengertian Nilai Nasabah.....	19
2.2.2 Dimensi Nilai Nasabah	22
2.2.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nilai Nasabah	35
2.3 Loyalitas	36

2.3.1 Pengertian Loyalitas.....	36
2.3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas	38
2.3.3 Indikator Loyalitas	40
2.4 Penelitian Terkait.....	43
2.5 Kerangka Berfikir	52
2.6 Hipotesis	54

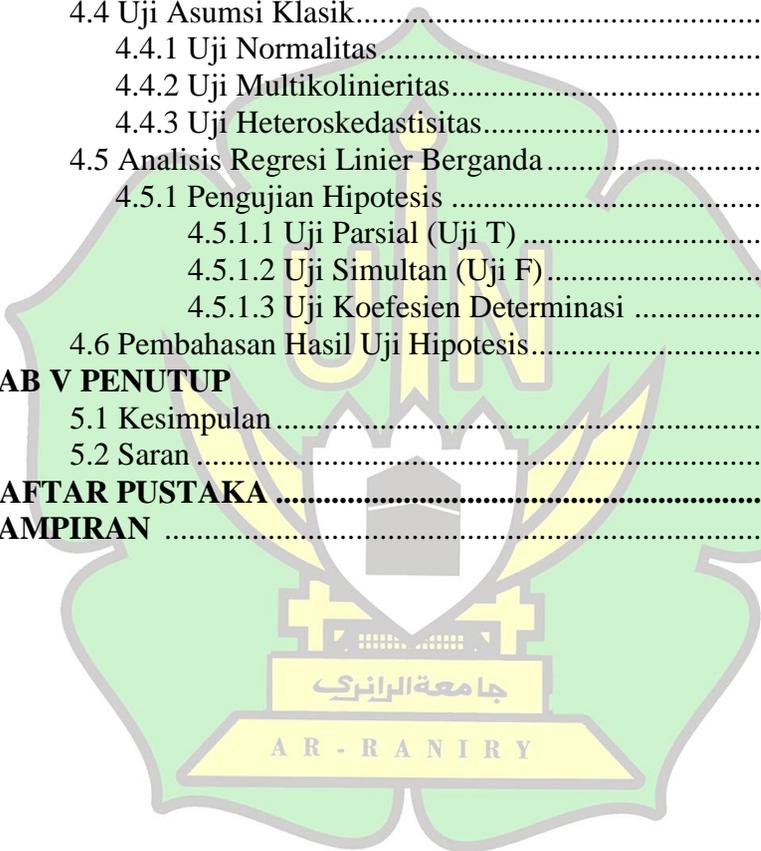
BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian	55
3.2 Lokasi Penelitian	56
3.3 Populasi dan Sampel.....	56
3.4 Sumber Data	58
3.5 Teknik Pengumpulan Data	58
3.6 Skala Pengukuran	59
3.7 Definisi Variabel Operasional dan Instrumen Penelitian	60
3.7.1 Variabel Operasional	60
3.7.2 Instrumen Penelitian	60
3.8 Metode Analisis Data	63
3.8.1 Uji Validitas dan Reabilitas	63
3.8.1.1 Uji Validitas	63
3.8.1.2 Uji Reabilitas	64
3.8.2 Uji Asumsi Klasik.....	65
3.8.2.1 Uji Normalitas.....	66
3.8.2.2 Uji Multikolinieritas.....	66
3.8.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	67
3.8.3 Analisa Regresi Linier Berganda.....	67
3.8.4 Pengujian Hipotesis <i>L.R.V</i>	68
3.8.4.1 Uji Simultan (Uji F)	68
3.8.4.2 Uji Parsial (Uji T)	69
3.8.4.3 Koefisien Determinasi.....	70

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden.....	72
4.1.1 Responden Berdasarkan Agama	72
4.1.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	72
4.1.3 Responden Berdasarkan Usia.....	73
4.1.4 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	74

4.2 Analisis Deskripsi Variabel	74
4.2.1 Deskripsi Variabel <i>Sharia Compliance</i> (X1)	75
4.2.2 Deskripsi Variabel Nilai Nasabah (X2)	78
4.2.3 Deskripsi Variabel Loyalitas (Y)	80
4.3 Uji Penelitian Instrument	82
4.3.1 Uji Validitas	82
4.3.2 Uji Reabilitas	84
4.4 Uji Asumsi Klasik.....	85
4.4.1 Uji Normalitas	85
4.4.2 Uji Multikolinieritas.....	86
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	87
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda	88
4.5.1 Pengujian Hipotesis	88
4.5.1.1 Uji Parsial (Uji T)	88
4.5.1.2 Uji Simultan (Uji F).....	90
4.5.1.3 Uji Koefesien Determinasi	91
4.6 Pembahasan Hasil Uji Hipotesis.....	91
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	97
5.2 Saran	98
DAFTAR PUSTAKA	100
LAMPIRAN	106

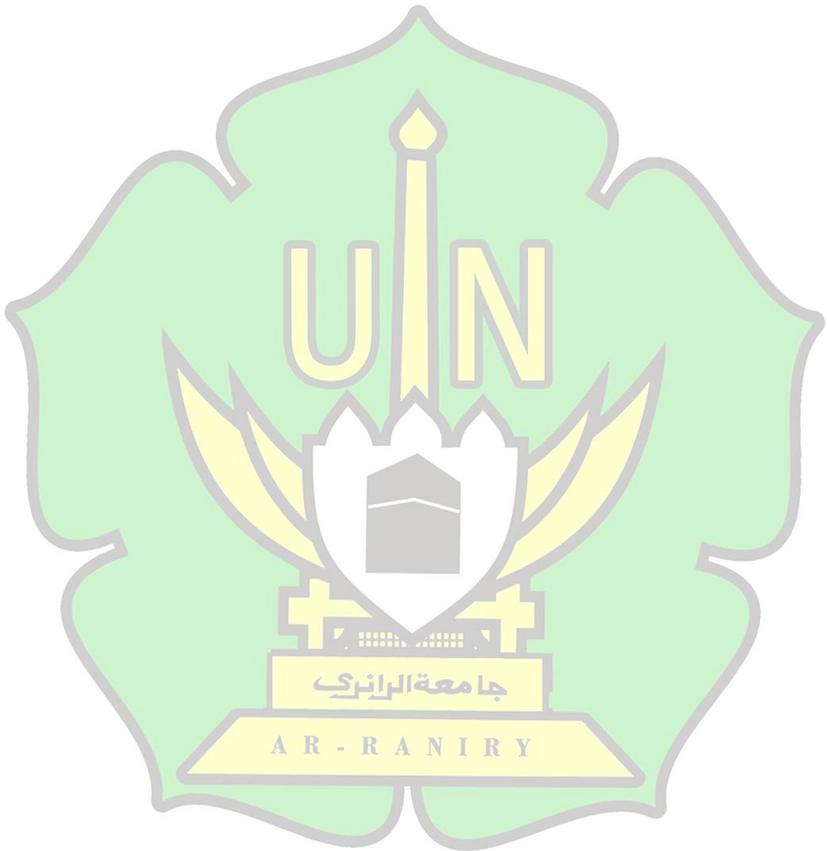


DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Dana Pihak Ketiga Bank Aceh Syariah Tahun 2016-2018	10
Tabel 2.1 Penelitian Terkait	48
Tabel 3.1 Skala pengukuran	60
Tabel 3.2 Operasional Variabel	62
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Agama	72
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	73
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Usia	73
Tabel 4.4 Responden Pendidikan Terakhir	74
Tabel 4.5 Deskripsi variabel <i>shariah compliance</i>	76
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Nilai Nasabah	78
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Loyalitas	81
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas	83
Tabel 4.9 Hasil Uji Reabilitas	84
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas Teknik <i>Kolmogorof-Smirnov</i>	85
Tabel 4.11 Hasil uji multikoleniaritas	87
Tabel 4.12 Hasil Uji Parsial (Uji t) <i>Shariah Compliance</i> dan Nilai Nasabah Terhadap Loyalitas	89
Tabel 4.13 Hasil Uji Simultan (Uji f) <i>Shariah Compliance</i> dan Nilai Nasabah Terhadap Loyalitas	90
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi <i>Shariah Compliance</i> dan Nilai Nasabah Terhadap Loyalitas	91
Tabel 4.15 Hasil Uji Hipotesis	95

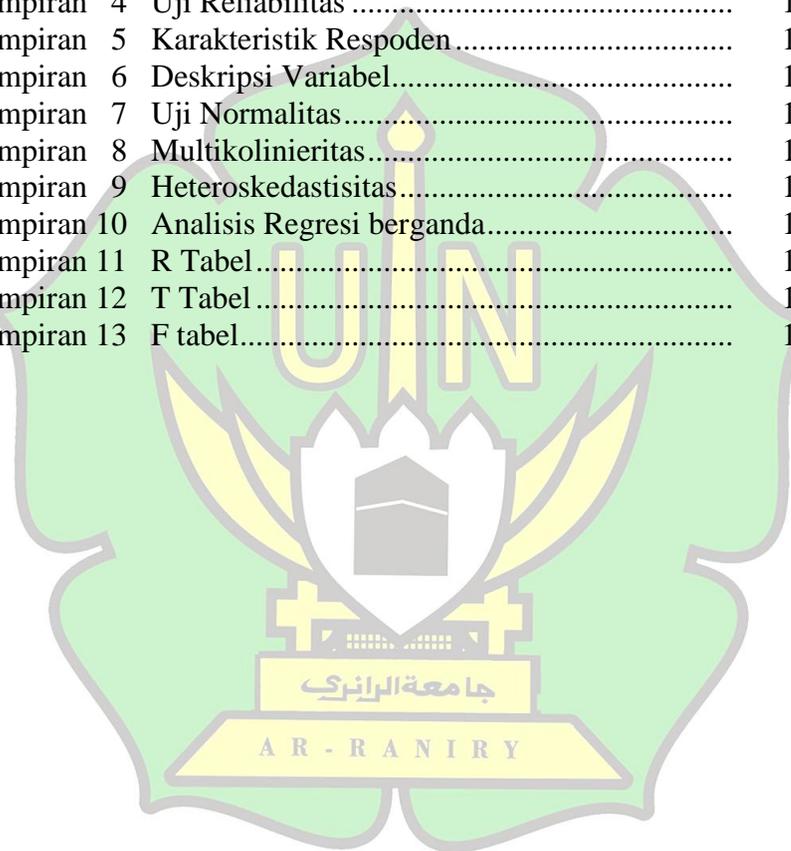
DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	53
Gambar 4.1 Grafik P-Plot Uji Normalitas	86
Gambar 4.2 Grafik Hasil Uji Heteroskedastisitas	88



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	106
Lampiran 2 Jawaban Responden	111
Lampiran 3 Uji Validitas	121
Lampiran 4 Uji Reliabilitas	125
Lampiran 5 Karakteristik Respoden	125
Lampiran 6 Deskripsi Variabel.....	127
Lampiran 7 Uji Normalitas.....	135
Lampiran 8 Multikolinieritas.....	136
Lampiran 9 Heteroskedastisitas.....	137
Lampiran 10 Analisis Regresi berganda.....	137
Lampiran 11 R Tabel.....	140
Lampiran 12 T Tabel.....	147
Lampiran 13 F tabel.....	148



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Loyalitas merupakan keadaan yang diharapkan oleh setiap perusahaan. Terutama perusahaan jasa seperti perbankan, baik itu perbankan syariah maupun perbankan konvensional. Dalam industri perbankan loyalitas adalah hal yang diutamakan. Tingginya loyalitas nasabah mengidentifikasi keberhasilan sebuah perusahaan. (Rizan dkk, 2014) dalam hal membentuk hubungan dengan bank, maka nasabah perbankan Indonesia menjadi top *switcher* kedua. Adapun loyalitas nasabah sangat bergantung pada bagaimana cara bank memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah.

Nasabah yang loyal akan memberikan hal positif bagi perusahaan, yaitu dapat memberikan profit yang besar bagi perusahaan serta meningkatkan *revenue* yang bertujuan untuk meningkatkan frekuensi dan volume transaksi nasabah dengan cara menawarkan produk lainnya. Jadi peningkatan pendapatan tidak hanya pada penambahan nasabah baru (*market share*) namun juga bisa terjadi karena peningkatan jumlah rekening atau jasa yang digunakan oleh nasabah (*costumer share*) (Wijaya dkk, 2017). Loyalitas nasabah akan tercipta apabila ada perasaan senang dan penilaian yang baik oleh nasabah terhadap suatu perbankan. Ada beberapa indikator dalam melihat loyalitas nasabah terhadap perbankan syariah yaitu: melakukan pembelian ulang secara

teratur, melakukan pembelian antar lini produk dan jasa, merekomendasikan kepada orang lain, dan menunjukkan kekebalan daya tarik produk sejenis dari pesaing (Suryaty, 2015: 96).

Perkembangan bank syariah di Indonesia saat ini sangatlah pesat, dalam hal ini cukup mengembirakan masyarakat ditandai dengan semakin terkenalnya bank syariah dan banyaknya bank konvensional yang konversi menjadi bank syariah. Dewasa ini konsep keuangan yang berbasis syariah Islam (*Islamic finance*) telah tumbuh dengan sangat pesat dan diterima secara universal dan diadopsi tidak hanya oleh negara-negara Islam di kawasan Timur Tengah saja melainkan juga oleh berbagai negara di kawasan Asia, Eropa dan Amerika. Hal tersebut ditandai dengan didirikannya berbagai lembaga keuangan syariah dan diterbitkannya berbagai instrumen keuangan berbasis syariah yang akan mempermudah nasabah melakukan transaksi yang sesuai dengan kebutuhan sehingga dapat menciptakan kepuasan yang akan membuat nasabah loyal terhadap bank syariah

Dalam mencapai loyalitas nasabah juga dibutuhkan beberapa variabel lain seperti *shariah compliance*. Sebagai hasil dari pandangan yang berdasar pada keyakinan agama tersebut, perbankan Islam menunjukkan kekhasannya yang sangat mencolok yakni penambahan dimensi *compliance*. Dengan adanya kepatuhan syariah membuat perbankan syariah harus tunduk terhadap prinsip-prinsip bermuamalah seperti yang telah diatur dalam Al-Quran dan hadis. Kepatuhan syariah adalah ketaatan bank syariah terhadap

prinsip syariah yang mana prinsip dan hukumnya berlandaskan pada Al-Qur'an, hadis, ijma, dan ijtihad. Inilah yang menjadi dasar sebuah acuan dalam perbankan syariah, semua yang berhubungan dengan aktivitas perbankan syariah tersebut di dasarkan pada prinsip syariah. Dari penjelasan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa dengan adanya kepatuhan syariah dalam industri perbankan syariah dapat menjadi pembeda utama antara bank syariah dan bank konvensional. Maka, Lembaga yang melaksanakan praktik keuangan syariah wajib bagi pelakunya memahami dan menguasai fikih muamalah yang berkaitan dengan perbankan syariah sehingga mampu melaksanakan (manajemen) serta mampu memberi pengajaran terhadap masyarakat secara umum. Salah satu prinsip yang paling diketahui oleh masyarakat yaitu bank syariah tidak menggunakan konsep bunga dan nasabah dianggap sebagai mitra (Rohmawati, 2017).

Praktik operasional perbankan syariah harus benar-benar dijalankan berdasarkan prinsip syariah. Kepatuhan syariah adalah bagian dari pelaksanaan kerangka kerja manajemen resiko, dan mewujudkan budaya kepatuhan dalam mengelola dan memitigasi resiko perbankan Islam. Kepatuhan syariah (*shariah compliance*) juga memiliki standar internasional yang disusun dan ditetapkan oleh *Islamic Financial Service Board* (IFSB) dimana kepatuhan syariah merupakan bagian dari tata kelola lembaga (*corporate governance*). Kepatuhan syariah (*shariah compliance*) merupakan manifestasi pemenuhan seluruh prinsip syariah dalam lembaga

yang memiliki wujud karakteristik, integritas dan kredibilitas di bank syariah. Dimana budaya kepatuhan tersebut adalah nilai, perilaku dan tindakan yang mendukung terciptanya kepatuhan bank syariah terhadap seluruh ketentuan Bank Indonesia (Andini, 2016).

Berdasarkan sensus penduduk tahun 2010 oleh BPS Indonesia agama yang paling banyak dianut oleh penduduk Indonesia adalah Islam, Kristen, Katolik, Hindu, Budha, Khong hu cu dan lainnya. Pemeluk agama Islam pada tahun 2010 sebanyak 207.2 juta jiwa (87.18%), Kristen sebanyak 16.5 juta jiwa (6.96%), lalu Katolik sebanyak 6.9 juta jiwa (2.91%), agama Hindu 4.012.116 jiwa (0.72%), dan terakhir adalah Khong hu cu sebanyak 117.1 ribu jiwa (0.05%). Sedangkan diwilayah Aceh sendiri mayoritas penduduknya adalah muslim yakni sebanyak 98.19% (4.413.244 jiwa), sedangkan agama lainnya hanya berkisar antara 1.12% (Kristen) hingga 0.00% yakni Khong Hu Cu dan Hindu (<http://www.bps.go.id>).

Dengan diketahui jumlah masyarakat yang beragama Islam di Indonesia khususnya daerah Aceh, menuntut perbankan syariah untuk memaksimalkan pengaplikasian prinsip-prinsip syariah (*shariah compliance*). Adapun pengertian dari *shariah compliance* adalah ketaatan bank syariah terhadap prinsip-prinsip syariah. Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam, artinya bank dalam beroperasinya mengikuti ketentuan-ketentuan syariah Islam khususnya menyangkut tata cara bermuamalat secara Islam

(Antonio, 2001). Ada banyak hal yang diatur dalam *shariah compliance* yang telah ditetapkan dalam Al-qur'an dan hadis.

Adapun undang-undang tersebut yaitu, Undang-Undang UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Kedua Undang-Undang ini merupakan landasan yuridis yang cukup kuat bagi keberadaan DPS untuk menjamin terimplementasinya *shariah compliance* di perbankan syariah dan dengan kehadiran Undang-Undang tersebut akan dapat mengatur tentang banyak hal yang akan dilaksanakan oleh Dewan Pengawas Syariah terhadap lembaga perbankan syariah.

Keyakinan serta kepercayaan yang dimiliki nasabah terhadap bank syariah didasarkan dan dipertahankan melalui pelaksanaan prinsip hukum Islam yang diadaptasi dalam aturan operasional institusi tersebut (UU No. 21/2008). Jika tanpa adanya kepatuhan terhadap prinsip syariah maka nasabah akan kehilangan keistimewaan yang mereka cari dan hal ini akan sangat mempengaruhi keputusan masyarakat untuk tetap berkomitmen dan loyal terhadap bank syariah atau berhenti menggunakan layanan jasa perbankan syariah. Ketidapatuhan terhadap prinsip syariah akan berdampak negative terhadap nilai dan loyalitas nasabah, baik itu dari nasabah potensial maupun nasabah yang telah menggunakan jasa bank syariah sebelumnya (Aan, 2016: 257). Adapun indikator-indikator dari *shariah compliance*: Tidak ada unsur riba dalam transaksi bank, terhindar dari *ba'i al-inah*,

terhindar dari *gharar*, tidak ada unsur *maisir* dalam transaksi bank, bank menjalankan bisnis berbasis pada keuntungan halal, bank menjalankan amanah yang dipercayakan oleh nasabah, bank mengelola zakat, infaq, dan shadaqah sesuai ketentuan syari'i (Fatimah, 2019: 46).

Hasil dari indikator pengawasan dan pemeriksaan yang dilakukan oleh Bank Indonesia, masih ditemui berbagai sistem operasional bank syariah yang belum sesuai dengan prinsip *shari'ah compliance*, atau kepatuhan terhadap nilai-nilai syariah (Andini, 2016). Di lingkungan masyarakat saat ini pun banyak kritikan yang muncul terkait kepatuhan syariah yang mungkin di rasa kurang sesuai dengan prinsip syariah, merasa bahwa terdapat ketidaksamaan antara teori dan praktek sehingga menimbulkan banyak opini dan tidak sedikit masyarakat yang beranggapan bahwa perbankan konvensional dan syariah sama. Hal tersebut muncul bisa jadi karena kurangnya sosialisasi tentang perbankan syariah sehingga pemahaman akan bank syariah itu sendiri masih kurang (Romawati, 2017).

Pemilihan masyarakat untuk menjadi nasabah terhadap bank syariah tidak hanya berdasarkan alasan agama saja. Perbankan syariah yang bergerak di bidang jasa dan pelayanan, dituntut untuk terus melakukan perbaikan dalam memberikan pelayanan yang *personalized* dan *professional* supaya dapat bersaing dengan perbankan konvensional, agar kedepannya bank syariah terus berkembang dan maju dan nasabah akan tetap loyal

karena pelayan dan penilaian yang baik. Nasabah selalu menilai apa yang dia terima dengan apa yang diharapkan dari suatu layanan (Andini, 2016).

Nilai nasabah merupakan selisih antara nilai nasabah total dan biaya nasabah total. Nilai nasabah total adalah sekumpulan manfaat yang diharapkan oleh nasabah dari produk atau jasa tertentu. Biaya nasabah total adalah sekumpulan biaya yang diharapkan oleh konsumen yang dikeluarkan untuk mengevaluasi, mendapatkan, menggunakan, dan membuang produk dan jasa (Laksana, 2008: 9). Perusahaan akan selalu menciptakan inovasi yang baru pada produk-produk yang ditawarkan oleh setiap perbankan dengan memperhatikan nilai yang diperoleh nasabah. Oleh karena itu sebuah bank dikatakan mempunyai nilai yang tinggi dimata nasabah apabila mampu memberikan kualitas, manfaat dan pengorbanan semaksimal mungkin kepada para nasabahnya (Willy, 2015: 7).

Adapun beberapa indikator nilai nasabah: nilai produk, nilai pelayanan, dan nilai citra. Monroe (Hidayat, tt: 59) mendefinisikan nilai bagi nasabah (*Customer Value*) sebagai *tradeoff* antara persepsi nasabah terhadap kualitas, manfaat produk dan pengorbanan yang dilakukan lewat pengorbanan yang dibayar. Nilai bagi nasabah bisa juga dilihat sebagai cerminan dari kualitas, manfaat dan pengorbanan yang diberikan untuk mendapatkan sebuah produk atau layanan. Sebuah produk atau layanan perbankan dikatakan mempunyai nilai yang tinggi di mata nasabah

apabila mampu memberikan kualitas, manfaat dan pengorbanan yang seminimal mungkin.

Dengan semakin banyak pesaing-pesaing baru menuntut perusahaan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan untuk mempertahankan nasabah yang mana harus menciptakan kepuasan dan kesenangan nasabah untuk menciptakan loyalitas nasabah. Hal itu berlaku bagi semua perbankan yang berada di setiap daerah tak terkecuali pada perbankan syariah di Aceh, yang juga harus melakukan kegiatan operasionalnya sesuai dengan aturan-aturan yang dapat membuat bank tersebut agar terus dapat bersaing dengan bank syariah lainnya dan tetap menjadi bank yang diminati oleh masyarakat. Baik itu masyarakat lokal maupun nasional.

Aceh yang telah sekian lama menjalankan penerapansyariat hari oleh masyarakat dan -Islam dalam kehidupan sehari waji ,pemerintahnyab mensyariahkan seluruh perbankan yang selama ini masih menggunakan sistem konvensional .(ribawi) Ini merupakan bagian dari upaya menghapus sistem riba secara menyeluruh terutama yang masih dipraktekkan sejumlah bank konvensional dan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) di Aceh, sehingga nantinya semua bank dan OJK yang beroperasi di wilayah provinsi Aceh harus menjalankan sistem syariah tidak lagi sistem konvensional dalam melayani nasabahnya (<http://dpmpstsp.acehprov.go.id>).

Daerah Aceh memiliki Bank lokal daerah Aceh yaitu Bank Aceh Syariah, sesuai dengan namanya Bank Aceh Syariah telah

beroperasi sejak lama menggunakan sistem operasional yang syariah dan sesuai dengan prinsip Islam jauh sebelum adanya Perda Aceh yang mengharuskan seluruh industri perbankan yang ada di Aceh harus mengkonversi dari bank konvensional menjadi bank syariah.

Bank Aceh Syariah menjalankan segala aktivitasnya dengan menerapkan prinsip-prinsip syariah atau disebut dengan *shariah compliance* agar sesuai dengan syariat Islam dan terus meningkatkan kinerja dalam berbagai bidang agar nasabah tetap loyal dan mendapat kepuasan serta kesenangan dalam menggunakan produk Bank Aceh Syariah. Segala perkembangan yang terjadi pada Bank Aceh Syariah dalam juga dilihat pada laporan tahunan Bank Aceh Syariah yang dipublikasikan pada web Bank Aceh baik itu tentang keuangan bahkan tentang peningkatan atau penurunan jumlah nasabah.

Berdasarkan laporan tahunan yang diterbitkan oleh Bank Aceh bahwa pada akhir tahun 2018 total dana simpanan nasabah yang dihimpun Bank Aceh mengalami penurunan sebesar 0,59% menjadi Rp 18.389,95 miliar dari Rp 18.499,07 akhir tahun 2017. Penurunan ini terjadi dikarenakan adanya penurunan Deposito Mudharabah sebesar 18,27%. Namun disisi lain terjadi kenaikan jumlah Giro wadiah, Tabungan wadiah, Giro mudharabah, dan Tabungan mudharabah yang membukukan kenaikan masing-masing sebesar 5%, 11%, 20%, dan 4%.

Hal ini dapat dilihat secara lengkap pada tabel dibawah ini:

Tabel 1.1
Dana Pihak Ketiga Bank Aceh Syariah
Tahun 2016-2018 (dalam jutaan)

Uraian	Tahun /periode		
	2018	2017	2016
Giro	5.307.790	4.513.165	3.251.761
Tabungan	7.806.607	7.531.187	6.298.207
Deposito	5.275.551	6.454.717	4.879.278
Total	18.389.948	18.499.068	14.429.246

Sumber : laporan tahunan Bank Aceh Syariah tahun 2018

Jika dilihat pada laporan tahunan tahun 2018, Bank Aceh mengalami penurunan penghimpunan dana pada akhir tahun 2018. Dana yang semula Rp18.499.068 pada tahun 2017 menjadi Rp18.389.948 pada akhir tahun 2018. Hal itu disebabkan adanya penurunan pada Deposito Mudharabah, namun disisi lain terjadi kenaikan jumlah jumlah Giro wadiah, Tabungan wadiah, Giro mudharabah, dan Tabungan mudharabah. Terjadinya kenaikan tersebut dipengaruhi oleh peningkatan jumlah nasabah dan adanya loyalitas yang diberikan nasabah terhadap Bank Aceh Syariah, yang semula 1.560.750 nasabah pada akhir tahun 2017 menjadi 1.648.089 nasabah pada akhir tahun 2018. Dapat dilihat bahwa terjadi peningkatan nasabah sebesar 5,60%. Bila dilihat secara detail bahwa Bank Aceh mengalami peningkatan pada nasabah, namun hanya terjadi penurunan pada Deposito Mudharabah.

Tabel 1.1 menunjukkan penurunan penghimpunan dana pada akhir tahun 2018, yang disebabkan adanya penurunan pada Deposito Mudharabah. Namun bila dilihat dari sisi lain terjadi

penambahan jumlah nasabah terhadap Bank Aceh, yang mana menunjukkan adanya pengaruh *shariah compliance* dan nilai nasabah terhadap loyalitas nasabah (<http://www.bankaceh.co.id>).

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas maka peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam lagi tentang Pengaruh *Sharia Compliance* dan Nilai Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Aceh Syariah.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka di identifikasikan rumusan

masalah terhadap penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah *shariah compliance* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Bank Aceh ?
2. Apakah nilai nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Bank Aceh ?
3. Apakah *shariah compliance* dan nilai nasabah secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Bank Aceh ?

1.3 Tujuan Penulisan

1. Untuk mengetahui *shariah compliance* dapat berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Bank Aceh.
2. Untuk mengetahui nilai nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pada Bank Aceh.

3. Untuk mengetahui *shariah compliance* dan nilai nasabah secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas pada Bank Aceh.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun penelitian ini dapat memberikan beberapa manfaat bagi pihak-pihak,

sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi khasanah ilmu pengetahuan khususnya tentang perbankan syariah mengenai pengaruh *shariah compliance* dan nilai nasabah terhadap loyalitas nasabah serta sebagai wahana tambahan referensi serta bahan kajian bagi peneliti selanjutnya yang akan mengembangkan penelitian sejenis.

b. Manfaat Praktis

- 1) Bagi penulis, penelitian ini merupakan kesempatan untuk menerapkan teori-teori yang diperoleh ke dalam praktik yang sesungguhnya, juga memperkaya wawasan dan pengetahuan mengenai kepatuhan syariah dan nilai nasabah terhadap loyalitas nasabah.
- 2) Bagi akademisi, penelitian ini dapat memberikan bukti empiris mengenai pengaruh *shariah compliance* dan nilai nasabah terhadap loyalitas nasabah pada Bank Aceh Syariah.

- 3) Bagi praktisi, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan untuk selalu menjaga konsistensi bank syariah terhadap prinsip-prinsip syariah dalam menjalankan kegiatan operasionalnya serta bagaimana pengaruh nilai nasabah terhadap loyalitas nasabah terhadap pada bank syariah.
- 4) Bagi masyarakat umum, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi penting mengenai prinsip-prinsip syariah yang dijadikan sebagai landasam bank syariah dalam menjalankan operasionalnya sehingga masyarakat dapat mengetahui bahwa dalam menjalankan operasionalnya bank syariah memiliki perbedaan yang sangat beda dengan bank konvensional karena adanya prinsip-prinsip syariah yang telah diatur dalam Fatwa DSN-MUI maupun lembaga yang berwenang yang harus dipatuhi oleh bank syariah.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk lebih terarah dalam penulisan pembahasan proposal ini, penulis membuat sistematika penulisan sesuai dengan isi masing-masing bab. Penulisan proposal ini terbagi menjadi lima bab, yang mana masing-masing bab terdiri dari sub bab. Adapun sistematika penulisan tersebut sebagai berikut:

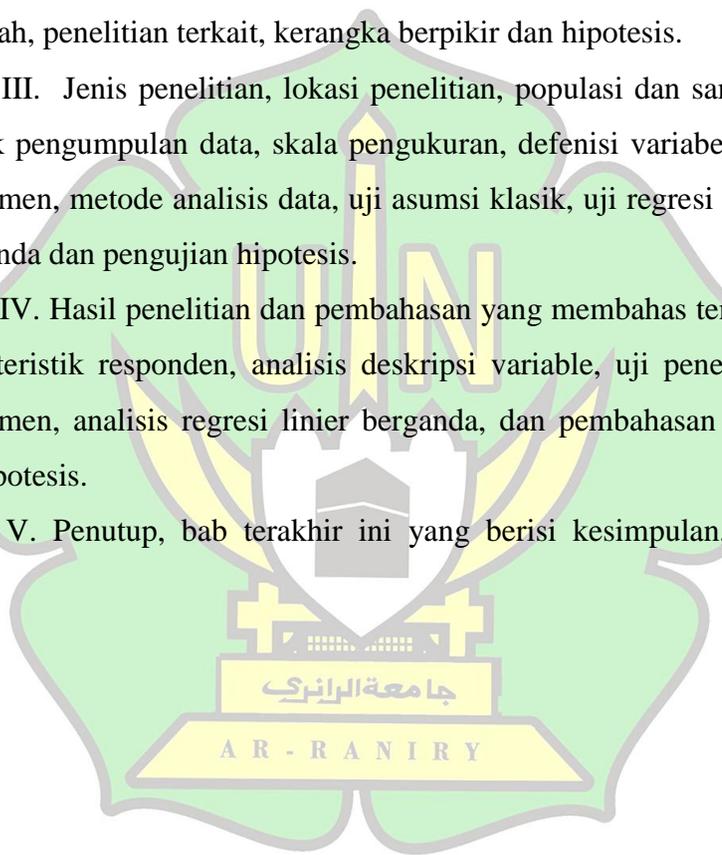
BAB I. Pendahuluan, berisi tentang Latar Belakang Penelitian, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II. Landasan teori dan pengembangan hipotesis yang mengurai tentang loyalitas nasabah, *shariah compliance* dan nilai nasabah, penelitian terkait, kerangka berpikir dan hipotesis.

BAB III. Jenis penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, skala pengukuran, defenisi variabel dan instrumen, metode analisis data, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda dan pengujian hipotesis.

BAB IV. Hasil penelitian dan pembahasan yang membahas tentang karakteristik responden, analisis deskripsi variable, uji penelitian instrumen, analisis regresi linier berganda, dan pembahasan hasil uji hipotesis.

BAB V. Penutup, bab terakhir ini yang berisi kesimpulan, dan saran.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Loyalitas

2.1.1 Pengertian Loyalitas

Loyalitas secara bahasa diartikan kesetiaan, yaitu kesetiaan seseorang terhadap suatu obyek baik itu jasa maupun barang. Menurut Suryaty (2015: 93) loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, atau pemasok, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten.

Loyalitas pelanggan merupakan kebiasaan perilaku pengulangan pembelian, keterkaitan dan keterlibatan yang tinggi pada pilihannya dan bercirikan dengan pencarian informasi eksternal dan evaluasi alternative. Selain itu loyalitas pelanggan didefinisikan sebagai orang yang membeli khususnya orang yang membeli secara teratur dan berulang-ulang. Pelanggan merupakan orang yang secara terus-menerus dan berulang kali datang ke suatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki sesuatu produk atau jasa dan membayar produk atau jasa tersebut (Suryaty, 2015: 93).

Pentingnya loyalitas pelanggan menjadi tujuan utama bagi banyak perusahaan. Pelanggan yang dikatakan loyal apabila dia melakukan hal-hal berikut (Firmansyah, 2018: 144):

1. Melakukan pembelian ulang secara teratur.

2. Membeli antarlini produk dan jasa.
3. Mereferensikan kepada yang lain.
4. Menunjukkan kekebalan terhadap tarikan dari pesaing.
5. Pelanggan yang loyal akan siap membayar harga yang lebih tinggi.
6. Pelanggan loyal akan menjadi WoM (*Word of Mouth*) penyambung lidah bagi prospek lain.

Menurut Suryaty (2015: 93) pelanggan yang loyal memiliki karakteristik sebagai berikut:

Melakukan pembelian ulang secara teratur (*repeat buyer*) pelanggan membeli produk yang sama yang ditawarkan oleh perusahaan.

1. Melakukan pembelian antarlini produk dan jasa (*purchase across product and service line*). Pelanggan melakukan pembelian antar lini produk dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.
2. Merekomendasikan kepada orang lain (*recommended to other*). Pelanggan menawarkan kepada orang lain tentang produk yang ditawarkan perusahaan.
3. Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing (*demonstrates immunity to the full of competitions*). Pelanggan tidak akan tertarik terhadap tawaran produk sejenis yang dihasilkan oleh pesaing.

Dari paparan beberapa teori tersebut dapat disimpulkan bahwa arti dari loyalitas adalah adanya kegiatan pembelian

berulang ulang atau siklus teratur oleh pelanggan terhadap suatu produk ataupun jasa.

2.1.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas

Suryaty (2015: 94) terdapat dua faktor penting dalam mengembangkan loyalitas:

1. Keterikatan (*attachment*) yang tinggi terhadap produk atau jasa tertentu dibandingkan terhadap produk atau jasa pesaing potensial.
2. Pembelian berulang yang tinggi terhadap produk atau jasa tertentu dibandingkan dengan produk lain dari pesaing.

Willy (2015: 22-23) ada lima faktor utama yang mempengaruhi loyalitas konsumen, yaitu:

1. Kualitas produk
Kualitas produk yang baik secara langsung akan mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen dan bila hal tersebut berlangsung secara terus-menerus akan mengakibatkan konsumen yang selalu setia membeli atau menggunakan produk tersebut menjadi loyal.
2. Kualitas pelayanan
Jika pelayanan yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan

berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

3. Emosional

Emosional diartikan sebagai keyakinan penjual itu sendiri agar lebih maju dalam usahanya. Keyakinan tersebut nantinya akan mendatangkan ide-ide yang dapat meningkatkan usahanya.

4. Harga

Harga lebih diartikan sebagai akibat atau dengan kata lain harga yang tinggi adalah akibat dari kualitas produk tersebut yang bagus atau harga yang tinggi sebagai akibat dari kualitas layanan yang bagus.

5. Biaya

Orang yang berpikir bahwa perusahaan yang berani mengeluarkan biaya yang banyak dalam sebuah promosi atau produksi, pasti produk yang akan dihasilkan bagus dan berkualitas, sehingga konsumen lebih loyal terhadap produk tersebut.

2.1.3 Indikator Loyalitas

Junaedi (2015: 19) bahwa tujuan akhir keberhasilan perusahaan menjalin hubungan relasi dengan pelanggannya adalah untuk membentuk loyalitas yang kuat. Indikator dari loyalitas yang kuat adalah: (1) *say positive thing*, adalah mengatakan hal-hal yang *positivefriend*, (2) *recommend* adalah merekomendasikan produk

yang telah dikonsumsi kepada teman, (3) *continue purchasing*, adalah pembelian yang dilakukan secara terus-menerus terhadap produk yang telah di konsumsi.

Loyalitas pelanggan yang diadopsi oleh Suryaty (2015: 96) yaitu diukur dengan empat indikator:

1. Melakukan pembelian ulang secara teratur (*repeat buyer*) pelanggan membeli kembali produk yang sama yang ditawarkan oleh perusahaan.
2. Melakukan pembelian antar lini produk dan jasa (*purchase across product and service line*). Pelanggan melakukan pembelian antar lini produk dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.
3. Merekomendasikan kepada orang lain (*recommended to other*). Pelanggan merekomendasikan kepada orang lain tentang produk yang ditawarkan oleh perusahaan.
4. Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing (*demonstrates immunity to the full of competitions*). Pelanggan tidak akan tertarik terhadap tawaran produk sejenis yang dihasilkan oleh pesaing.

2.2 Shariah Compliance

2.2.1 Pengertian Shariah Compliance

Shariah compliance atau disebut juga dengan kepatuhan syariah adalah ketaatan suatu perbankan syariah terhadap prinsip-prinsip syariah yang mengatur segala aktivitas bank agar berjalan sesuai dengan tuntutan syariah. Ansori (2001) berpendapat bahwa

shariah compliance adalah salah satu indikator pengungkapan islami untuk menjamin kepatuhan bank Islam terhadap prinsip syariah. Hal itu berarti *shariah compliance* sebagai bentuk pertanggungjawaban pihak bank dalam pengungkapan kepatuhan bank terhadap prinsip syariah. Adapun menurut Sutedi (2009: 145) makna kepatuhan syariah secara operasional adalah kepatuhan kepada Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) karena Fatwa DSN merupakan perwujudan prinsip dan aturan syariah yang harus ditaati dalam perbankan syariah.

Shariah compliance adalah ketaatan bank syariah terhadap prinsip-prinsip syariah. Bank syariah merupakan lembaga keuangan yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam, artinya bank dalam beroperasinya mengikuti ketentuan-ketentuan syariah Islam khususnya menyangkut tata cara bermuamalat secara Islam (Antonio, 2001). Kepatuhan syariah adalah kerangka kerja yang mengatur sistem dan segala hal yang berhubungan dengan perbankan syariah, baik dari aktivitas transaksi, aktivitas pasar modal, manajemen, sumber daya dan lain sebagainya. Menurut Sutedi (2009), kepatuhan syariah dalam operasional bank syariah tidak hanya meliputi produk saja, akan tetapi meliputi sistem, teknik dan identitas perusahaan. Karena itu, budaya perusahaan yang meliputi pakaian, dekorasi dan *image* perusahaan merupakan salah satu aspek kepatuhan syariah dalam bank syariah. Tujuannya, tidak lain untuk menciptakan suatu moralitas dan spiritual kolektif, yang apabila digabungkan dengan

produksi barang dan jasa, maka akan menopang kemajuan dan pertumbuhan jalan hidup yang islami. Implementasi prinsip-prinsip syariah dalam keuangan Islam meliputi pelarangan riba, pelarangan perjudian (*maisir*), pelarangan penipuan (*tadlis*), penghindaran spekulasi (*gharar*), investasi yang melibatkan babi, minuman keras dan pornografi (Budiman, 2017 :18).

Ketaatan pada prinsip syariah (KPS) merupakan suatu bentuk komitmen atau kepatuhan manusia kepada perintah atau larangan-larangan Allah yang didasarkan pada Al-Qur'an dan Hadis. Ketaatan pada prinsip syariah (KPS) merupakan syarat mutlak yang harus dipenuhi oleh lembaga keuangan yang menjalankan usahanya berdasarkan prinsip syariah, dikarenakan KPS merupakan perwujudan dalam pemenuhan seluruh prinsip syariah pada semua aktivitas usaha suatu lembaga keuangan, sehingga dapat mencerminkan karakteristik dari lembaga itu sendiri, termasuk BMT (Asiyah, 2012).

Andini (2016) berpendapat bahwa kepatuhan syariah (*shariah compliance*) merupakan pemenuhan terhadap nilai-nilai syariah di lembaga keuangan syariah (dalam hal ini perbankan syariah) yang menjadikan fatwa DSN-MUI dan Peraturan Bank Indonesia (PBI) sebagai alat ukur pemenuhan prinsip syariah, baik dalam produk, transaksi, dan operasional di bank syariah. Adapun pemegang kebijakan industri perbankan yang ada di Indonesia adalah Bank Indonesia, dan BI telah menjadikan fatwa DSN sebagai hukum positif bagi perbankan syariah. Dalam artian,

fatwa DSN menjadi peraturan Bank Indonesia yang mengatur aspek syariah bagi perbankan syariah yang ada di Indonesia. DSN-MUI dibentuk guna mengatur dan mengontrol agar terlaksananya prinsip-prinsip syariah dan untuk memberi fatwa terhadap hal-hal yang masih diragukan.

Sharia compliance atau kepatuhan syariah adalah ketaatan bank pada prinsip syariah. *Sharia compliance* dibutuhkan pada setiap bank syariah untuk memastikan apakah bank tersebut memenuhi prinsip syariah atau tidak dan untuk menjamin bahwa bank tersebut berjalan sesuai dengan prinsip syariah. Secara umum kepatuhan itu dihubungkan dengan regulasi, regulasinya sendiri meliputi undang-undang, OJK dan lain-lain (Nuradilah, 2019).

Dari beberapa pendapat para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa kepatuhan syariah adalah ketaatan perbankan terhadap prinsip-prinsip syariah, sehingga segala aktivitas yang dijalankan di industri berjalan sesuai syariah, yang mana segala aturan dan prinsipnya dilandaskan pada aturan Islam yaitu al-Qur'an dan Hadis.

2.2.2 Dimensi *Shariah Compliance*

Menurut Abdullah dan Chee (2012), suatu kegiatan muamalah yang berdasarkan prinsip syariah, yaitu kegiatan muamalah yang menghindari tiga larangan mendasar dari keuangan syariah yaitu:

1. Riba (bunga): Riba mencakup segala imbal hasil uang atas uang, baik bunga itu tetap atau mengambang,

sederhana atau majemuk, dan pada tingkat suku bunga berapapun.

2. *Gharar* (ketidakpastian): Yaitu transaksi yang objeknya tidak jelas, tidak dimiliki, tidak diketahui keberadaannya, atau tidak dapat diserahkan pada saat transaksi dilakukan kecuali diatur lain dalam syariah.
3. *Maisir* (judi): bersifat spekulasi, dimana kedua belah pihak tidak mempunyai informasi yang jelas terhadap sesuatu yang diperdagangkan sehingga bisa merugikan salah satu pihak.

Diantara prinsip-prinsip syariah dalam sistem keuangan sebagai berikut (Antonio, 2001: 18): Kebebasan transaksi namun harus didasari prinsip suka sama suka dan tidak ada pihak yang dizalimi dengan didasari oleh akad yang sah. Di samping itu, transaksi tidak boleh dilakukan pada produk-produk yang haram seperti babi, organ tubuh manusia, pornografi, dan sebagainya.

- 1) Bebas dari maghrib (*maysir* yaitu judi, *gharar* yaitu ketidakpastian/penipuan, dan *riba* yaitu pengambilan tambahan dari harta pokok atau modal secara batil atau tidak sah).
- 2) Bebas dari upaya mengendalikan, merekayasa, dan memanipulasi harga.
- 3) Semua orang berhak mendapatkan informasi yang berimbang, memadai dan akurat agar bebas dari ketidaktahuan dalam bertransaksi.

- 4) Pihak-pihak yang bertransaksi harus mempertimbangkan kepentingan pihak ketiga yang dapat terganggu, oleh karenanya pihak ketiga diberikan hak atau pilihan.
- 5) Transaksi didasarkan pada kerjasama yang saling menguntungkan dan solidaritas (persaudaraan dan saling membantu).
- 6) Setiap transaksi dilaksanakan dalam rangka mewujudkan kemaslahatan manusia. Mengimplementasikan zakat.

Menurut Fatimah (2019: 46) setidaknya secara garis besar ada 7 dimensi *shariah compliance* dalam operasional, yaitu:

1. Tidak ada unsur *riba* dalam transaksi bank.
2. Terhindar dari *ba'i al-inah*.
3. Terhindar dari *gharar*.
4. Tidak ada unsur *maisir* dalam transaksi bank.
5. Bank menjalankan bisnis berbasis pada keuntungan halal.
6. Bank menjalankan amanah yang dipercayakan oleh nasabah.
7. Bank mengelola zakat, infaq, dan shadaqah sesuai ketentuan syar'i.

Adapun penjelasan pemenuhan prinsip-prinsip syariah diatas adalah:

1. Tidak ada unsur riba dalam transaksi bank

Secara etimologis riba berarti *ziyadah* (tambahan), tumbuh dan membesar, secara terminologis fiqh, riba yaitu pengambilan tambahan dari pokok atau modal secara tidak baik atau bertentangan dengan prinsip syariah. Ascarya (2015: 13) berpendapat bahwa riba dapat timbul dalam pinjaman (riba *dayn*) dan dapat pula timbul dalam perdagangan (riba *ba'i*). Rasulullah Saw pernah menunjukkan bagaimana *urgensi* pelarangan riba dalam sebuah bangunan ekonomi dengan menerangkan bahwa pemberian hadiah yang tak lazim atau sekedar memberikan tumpangan pada kendaraan dikarenakan seseorang merasa ringan akibat sebuah pinjaman adalah tergolong riba.

Menurut Antonio (1999), riba berarti pengambilan tambahan dari harta pokok atau modal secara batil apabila dilihat secara istilah teknis. Ada beberapa pendapat dalam menjelaskan riba, namun secara umum terdapat benang merah yang menegaskan bahwa riba adalah pengambilan tambahan, baik dalam transaksi jual beli maupun pinjam meminjam secara batil atau bertentangan dengan prinsip muamalah dalam Islam (Antonio, 2001: 37).

Dalam industri perbankan syariah tidak dibenarkan adanya praktik riba atau biasa disebut dengan bunga. Adapun sistem keuangan syariah harus berlandaskan prinsip syariah, sehingga segala transaksi yang terjadi dalam kegiatan keuangan syariah harus berdasarkan prinsip-prinsip syariah.

Mengenai hal ini Allah SWT berfirman dalam Q.S. Ali-Imran ayat 130 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً وَاتَّقُوا اللَّهَ
لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertaqwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan*”. (Q.S. Al-Baqarah [3]: 130).

Pada ayat diatas (Q.S Ali-Imran [3]: 130) menjelaskan kata riba dihadapkan dengan falah. Larangan memakan riba tidak saja yang berlipat, sesungguhnya adalah syarat bagi seseorang untuk memperoleh falah. Sebagaimana yang telah dijelaskan pada mufassir, riba diharamkan karena kezaliman yang ditimbulkannya (Taringan, 2012: 76).

2. Terhindar dari *ba'i al-inah*

Kata *'inah* menurut bahasa berarti meminjam /hutang. Secara terminologis adalah menjual suatu

benda dengan harga lebih dibayarkan belakangan dalam tempo tertentu untuk dijual lagi oleh orang yang berhutang dengan harga saat itu yang lebih murah untuk menutup utangnya (Mardani, 2012: 185).

Ba'i al-inah adalah akad jual beli dimana pihak pembeli membeli komoditi dengan pembayaran secara tangguh (*deferred payment*) yang diikuti dengan penjualan kembali komoditi tersebut oleh pembeli yang sama ke penjual sebelumnya dengan pembayaran secara tunai (*cash payment*) dengan nilai lebih kecil daripada nilai pembayaran tangguh (Sholihin, 2013).

Dilarangnya *ba'i al-inah* disebabkan terhalang *dzariah*, jual beli yang tidak bermotif untuk memperoleh barang, bukan karena faktor harga yang dilaksanakan dalam bentuk angsuran, melainkan ia bermotifkan pinjaman berbentuk (Mardani, 2012: 187). Dalam riwayat disebutkan bahwa seorang laki-laki telah menjual sutra dengan harga seratus dinar kepada orang lain, kemudian ia membeli kembali dengan harga lima puluh dinar. Setelah itu, Ibnu Abbas ditanya tentang hal tersebut, maka jawabannya, “Dirham ditukar dengan dirham (juga) yang nilainya lebih besar (daripada dirham yang pertama)”, maka diantara keduanya dimasuki sutra (Ahmad, tt: 56).

3. Terhindar dari *gharar*

Arti *gharar* secara bahasa adalah tidak jelas. Dalam fiqih, *gharar* adalah transaksi yang objeknya tidak jelas, tidak ada atau tidak dimiliki oleh penjual, tidak diketahui keberadaannya, atau tidak dapat diserahkan. Suatu jual beli yang mengandung *gharar* apabila dalam transaksi jual beli tersebut mengandung unsur ketidakjelasan pada barang, harganya, penyerahannya ataupun waktu penyerahannya (Andini, 2016).

Gharar atau disebut juga *taghrir* adalah sesuatu dimana terjadi *incomplete information* karena adanya *uncertainty to both parties* (ketidakpastian dari kedua belah pihak yang bertransaksi (Mardani, 2016: 29).

Mardani (2016: 31) berpendapat bahwa *gharar* dapat terjadi dalam beberapa keadaan berikut:

- 1) Ketika barang yang menjadi objek transaksi tidak diketahui apakah ia ada atau tidak.
- 2) Apabila ia ada, tidak diketahui apakah ia dapat diserahkan kepada pembeli atau tidak.
- 3) Ketika ia berakibat pada identifikasi macam atau jenis benda yang menjadi objek transaksi.
- 4) Ketika ia berakibat pada kualitas, identitas, atau syarat-syarat perlunya.
- 5) Ketika ia berhubungan dengan tanggal pelaksanaan dimasa mendatang.

Dalam hadis Nabi :*“Rasulullah Saw pernah lewat seseorang yang sedang menjual bahan makanan, lalu Rasulullah memasukkan tangannya ke dalam bahan makanan itu, lalu ternyata bahan makanan tersebut tipuan. Maka Rasulullah bersabda: tidak termasuk golongan kami orang yang menipu”* (Harun, 2017: 9).

Makna *gharar* dalam Al-Qur'an dan hadis adalah penipuan dan transaksi berisiko (*deceit and danger to loss, risk speculation*) sehingga tidak dapat dipenuhi unsur-unsur akad. Dengan unsur ini maka akad sendiri menjadi tidak sah. Akibat lebih jauh adalah terjadinya permusuhan antara pihak yang melakukan akad, dan hal ini berlawanan dengan tujuan syariat (Nurdin, 2014: 53).

4. Tidak ada *maysir* dalam transaksi

Maysir secara harfiah berarti memperoleh sesuatu dengan sangat mudah tanpa kerja keras atau mendapat keuntungan tanpa kerja. Dalam Islam, *maysir* yang dimaksud disini adalah segala sesuatu yang mengandung unsur judi, taruhan, atau permainan berisiko. Pada dasarnya bahwa judi dalam segala bentuknya dilarang dalam syariat Islam secara bertahap. Tahap pertama, judi merupakan kejahatan yang memiliki mudharat (dosa) lebih besar daripada manfaatnya (Q.S [2]: 219). Tahap kedua, judi dan taruhan dengan segala bentuknya dilarang dan di

anggap sebagai perbuatan zalim dan sangat dibenci (Q.S [5]: 90-91). Selain mengharamkan bentuk-bentuk judi dan taruhan yang jelas. Hukum Islam juga mengharamkan setiap aktivitas bisnis yang mengandung unsur judi (Ascarya, 2015:20).

Allah SWT telah memberi penegasan terhadap keharaman melakukan aktivitas ekonomi yang mengandung unsur maisir (perjudian). Allah SWT berfirman dalam Q.S. Al-Maidah ayat 90 sebagai berikut:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ
رِجْسٌ مِّنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: “*Hai orang-orang yang beriman, sesungguhnya (meminum) khamar, berjudi, (berkorban untuk) berhala, mengundi nasib dengan panah, adalah termasuk perbuatan syaitan. Maka jauhilah perbuatan-perbuatan itu agar kamu mendapat keberuntungan*”. (Q.S. Al-Maidah [5]: 90).

Ayat ini berisi beberapa perbuatan terlarang, seperti meminum khamar, judi, berkorban untuk berhala dan mengundi nasib. Judi atau *maisir* dalam kajian ekonomi Islam kerap diposisikan sebagai mal bisnis atau larangan pokok dalam bisnis Islam. Akronim yang dipakai adalah Maghrib yang merupakan singkatan dari *maisir, gharar, riba* dan *batil* (Taringan, 2012: 76).

5. Bank menjalankan bisnis berbasis pada keuntungan halal

Sebagai lembaga keuangan yang berbasis syariah, sudah seharusnya bank melaksanakan segala aktivitas operasional dengan memenuhi prinsip-prinsip syariah. Fatimah (2019: 49) prinsip tersebut adalah prinsip hukum Islam dalam kegiatan perbankan berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI), bank syariah harus menerapkan prinsip-prinsip tersebut sehingga dapat menjalankan bisnis berbasis pada keuntungan halal.

Adapun tentang hal ini Allah berfirman dalam Q.S Al-Baqarah ayat: 188

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِيَأْكُلُوا فَرِيقًا
مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya: “*Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu mengetahui*”. (Q.S Al-Baqarah [2]: 188).

6. Bank menjalankan amanah yang dipercaya oleh nasabah

Amanah menurut Ajhari (2019: 136) adalah segala sesuatu yang wajib dipelihara dan ditunaikan kepada orang yang berhak menerimanya. Fatimah (2019: 49) amanah adalah sesuatu yang harus dijaga karena adanya transaksi perjanjian ataupun tidak adanya transaksi perjanjian. Amanah yang ada transaksi perjanjian, contohnya akad wadiah dan ijarah. Amanah yang tidak ada transaksi perjanjian, contohnya barang temuan yang disimpan oleh orang yang menemukannya.

Ketika amanah meliputi segala hal, maka yang diberi amanah harus menunaikan amanahnya. Seimbang dalam menjaganya baik ketika ia diberi amanah terhadap harta yang banyak atau hanya satu dinar. Karena Allah Swt memerintahkan menunaikan amanah kepada pemiliknya, dan melarang berkhianat kepada Allah dan Rasul-Nya, serta melarang mengkhianati semua amanah mereka (Ajhari, 2019: 137).

Allah Swt berfirman dalam Q.S. Ali-Imran ayat: 104

وَأَتَىٰكُمْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ ۗ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

Artinya: “Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang mungkar merekalah orang-orang yang beruntung”. (Q.S. Ali-Imran [3]: 104).

7. Bank mengelola zakat, infaq dan shadaqah sesuai ketentuan syar'i

Diantara perbedaan antar bank syariah dan konvensional adalah adanya kewajiban yang melekat pada bank syariah untuk mengelola zakat. Bentuk kewajiban tersebut adalah dengan membayar zakat, menghimpun zakat, mencatatnya dalam sistem administrasi yang baik dan mendistribusikannya. Selain mengelola zakat, bank syariah juga wajib mengelola infaq dan shadaqah. Ini merupakan fungsi dan peran yang melekat pada bank syariah untuk memobilisasi dana-dana sosial (Fatimah, 2019: 50).

Jika dilihat dari prinsip-prinsip dasar bank sosial, prinsip tersebut ada pada bank syariah, yang membedakan adalah bank syariah dijalankan dalam kerangka syariah Islam, sehingga hal-hal yang dilarang Islam seperti *riba*, *gharar* dan *maysir* tidak diperbolehkan. Namun prinsip bisnis yang beretika dan tujuan untuk kemaslahatan umat atau kesejahteraan dapat dikatakan sama dengan karakteristik bank sosial (Dahlan, 2018: 158).

Bank zakat merupakan konsep bank sosial syariah yang dimiliki oleh badan atau lembaga pengelola zakat, di Indonesia dapat dikenal dengan Badan Amil Zakat Nasional (Baznas). Bank zakat ini merupakan bentuk

pengelolaan zakat maal dengan mengacu pada mekanisme pengelolaan bank. Orientasi bank zakat adalah sosial, bukan lembaga keuangan yang berorientasi profit. Bank zakat mengadopsi manajemen dan pengelolaan bank syariah pada umumnya. Dalam prakteknya, bank zakat ini diusulkan bermitra dengan bank syariah sehingga akan membantu bank zakat dalam hal jaringan kantor dan bagi bank syariah akan membantu memperkenalkan bank kepada kelompok unbankable yang pada saatnya nanti setelah mencapai tahapan mandiri nasabah akan bermitra langsung dengan bank syariah (Dahlan, 2018: 164).

Adapun Tujuan zakat sebagaimana firman Allah SWT dalam surat At-Taubah ayat 103:

خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا وَصَلِّ عَلَيْهِمْ
إِنَّ صَلَاتَكَ سَكَنٌ لَهُمْ وَاللَّهُ سَمِيعٌ عَلِيمٌ

Artinya : “Ambillah zakat dari sebagian harta mereka, dengan zakat itu kamu membersihkan dan mensucikan R mereka R dan mendoalah untuk mereka. Sesungguhnya doa kamu itu (menjadi) ketenteraman jiwa bagi mereka. Dan Allah Maha Mendengar lagi Maha Mengetahui”. (Q.S At-Taubah [9]: 103).

2.2.3 Ketentuan *Shariah Compliance*

Anwar (2018: 24) Ketentuan *shariah compliance* atas keseluruhan aktivitas perbankan syariah merupakan hal yang

sangat penting bagi nasabah dan masyarakat lainnya dalam menjalankan aktivitasnya. Beberapa ketentuan yang dapat digunakan sebagai ukuran kepatuhan ketaatan syariah didalam lembaga keuangan syariah, antara lain sebagai berikut:

1. Akad seperti kontrak yang digunakan untuk pengumpulan dan penyaluran dana sesuai dengan aturan dan prinsip-prinsip syariah yang telah diberlakukan.
2. Dana zakat dihitung, dibayar dan dikelola sesuai dengan aturan dan prinsip-prinsip syariah yang telah diberlakukan.
3. Seluruh transaksi dan aktivitas ekonomi perbankan dilaporkan secara wajar sesuai dengan standar akuntansi syariah yang berlaku.
4. Lingkungan kerja dan *corporate culture* sesuai dengan aturan-aturan dan prinsip-prinsip syariah yang telah diberlakukan.
5. Bisnis usaha nasabah yang dibiayai tidak bertentangan dengan aturan dan prinsip-prinsip syariah yang telah diberlakukan.
6. Terdapat Dewan Pengawas Syariah (DPS) sebagai perantara pengawas syariah atas keseluruhan aktivitas operasional perbankan syariah.

7. Sumber dana berasal dari sumber yang sah dan halal menurut aturan dan prinsi-prinsip syariah yang telah diberlakukan.

Adapun segala sesuatu yang berkaitan dengan aturan-aturan atau ketentuan syariah harus sangat dipatuhi agar tidak dilanggar, sehingga tidak mempengaruhi berbagai aktivitas perbankan yang dilaksanakan.

2.3 Nilai Nasabah

2.3.1 Pengertian Nilai Nasabah

Menurut Rohman (2012: 39) munculnya paradigma nilai pelanggan adalah dalam rangka memberikan kepuasan kepada konsumen sesuai kebutuhan pelanggan. Menciptakan nilai bagi pelanggan telah disarankan sebagai tujuan dari organisasi, sebagai kunci sukses melalui perbedaan positioning dan sebagai awal dari kepuasan dan loyalitas. Rohman (2012: 39) mengemukakan bahwa nilai pelanggan atau nilai yang dirasakan merupakan apa yang pelanggan dapat (*benefit*) secara relatif terhadap apa yang pelanggan berikan (biaya atau pengorbanan).

Nilai pelanggan menurut Sudarso (2016: 77) adalah salah satu perangkat strategis untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Saat ini memberikan pelanggan dengan nilai yang tinggi akan dianggap sebagai salah satu cara untuk menciptakan keunggulan kompetitif.

Nilai nasabah menurut Iskawanto (2015) adalah penilaian konsumen secara keseluruhan terhadap manfaat produk dengan

didasarkan pada apa yang mereka terima dan apa yang mereka berikan. Konsep nilai nasabah memberikan gambaran umum tentang konsumen suatu perusahaan, mempertimbangkan apa yang mereka inginkan, dan percaya bahwa mereka mendapat suatu manfaat dari produk. Nilai mencerminkan sejumlah manfaat, baik yang berwujud maupun yang tidak berwujud, dan biaya yang dipersepsikan oleh konsumen (Willy, 2015: 29). Tjiptono (2011: 15) berpendapat bahwa pada umumnya konsumen memilih dan membeli produk tertentu atas dasar nilai. Nilai konsumen ditentukan oleh selisih antara manfaat total dan biaya total bagi konsumen.

Pelanggan semakin loyal apabila produk tersebut bernilai baginya (relatif dengan apa yang diperkirakan akan diterimanya dari pesaing). Dengan demikian, nilai nasabah dapat disimpulkan sebagai nilai yang diinginkan nasabah berdasarkan pada perbedaan antara apa yang didapatkan dengan apa yang telah ia berikan. Sehingga menciptakan nilai tertentu bagi nasabah tersebut sesuai dengan apa yang ia inginkan dan nilai konsumen ditentukan oleh selisih antara manfaat total dan biaya total bagi konsumen.

2.3.2 Dimensi Nilai Nasabah

Iskawanto yang dalam penelitiannya menyebutkan terdapat enam dimensi nilai nasabah yang dapat dipergunakan dalam penelitian perusahaan yang bergerak dalam bidang keuangan atau perbankan, yaitu: *functional value of the establishment/installation, functional value of the contact personnel, functional*

value of the service/quality, functional value price, social value, dan emotional value.

Menurut Sudarso (2016: 75), dimensi nilai terdiri dari empat yaitu:

1. *Emotional value*, utilitas yang berasal dari perasaan atau afektif/emosi positif yang ditimbulkan dari mengkonsumsi produk.
2. *Social value*, utilitas yang didapat dari kemampuan produk untuk meningkatkan konsep diri sosial konsumen.
3. *Quality/performance value*, utilitas yang didapatkan dari produk karena reduksi biaya jangka pendek dan biaya jangka panjang.
4. *Price/value of money*, utilitas yang diperoleh dari persepsi terhadap kinerja yang diharapkan dari produk atau jasa.

Adapun indikator nilai nasabah menurut Danar terbagi dalam tiga nilai yaitu (2016: 13):

1. Nilai Produk
 Nilai (*Value*) dari suatu produk dapat didefinisikan sebagai perbandingan antara apa yang nasabah dapatkan dengan apa yang nasabah berikan. nasabah mendapatkan manfaat dari suatu produk dan memberikan biaya. Manfaat disini termasuk didalamnya adalah kegunaan fungsional dan juga

kegunaan emosional. Sedangkan yang termasuk kedalam biaya adalah biaya moneter (uang), biaya waktu, biaya tenaga, biaya fisik.

2. Nilai Pelayanan

Penilaian atas tindakan atau kinerja yang diberikan oleh perusahaan/ atau sipemberi jasa guna menciptakan manfaat bagi nasabah dengan mewujudkan perubahan yang diinginkan dalam diri atau sebagai penerima. Sehingga pelayanan itu sendiri memiliki nilai tersendiri bagi nasabah dalam hubungannya dengan menciptakan nilai-nilai nasabah.

3. Nilai Citra

Dalam nilai ini, merk atau nama perusahaan merupakan pemicu nasabah untuk melakukan *switcher* (beralih kepada merk atau produk lain) ke perusahaan lain, apabila merk atau produk pesaing menawarkan harga yang lebih murah dengan kualitas yang sama, maupun kualitas yang lebih baik.

2.3.3 Faktor- faktor yang Mempengaruhi Nilai Nasabah

Nilai konsumen adalah dinamis, banyak faktor yang menyebabkan nilai berubah-ubah sepanjang waktu, tidak sedikit perusahaan yang sulit mencapai sukses karena gagal mempertahankan keunggulan bersaing. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi nilai konsumen sebagai berikut (Willy, 2015: 34):

1. Lingkungan makro

Lingkungan makro, atau lingkungan eksternal, terdiri dari berbagai faktor dan kekuatan di luar perusahaan, yang memengaruhi operasi bisnis. Dan perusahaan tidak memiliki kendali atas perubahan mereka. Setiap perubahan faktor-faktor tersebut dapat berdampak pada lingkungan kompetitif dan kondisi internal perusahaan.

Lingkungan kompetitif, atau lingkungan industri, mewakili berbagai kekuatan yang mewakili pengaruh pemangku kepentingan eksternal perusahaan. Mereka terdiri dari pesaing, pemerintah, pemasok, pelanggan, komunitas lokal, kreditor, dan sebagainya (<https://cerdasco.com>).

Faktor ekonomi, sosial, teknologi, demografi, dan pemerintah merupakan lingkungan makro yang seringkali mempengaruhi terhadap apa yang dilakukan konsumen. Pada prinsipnya jika faktor lingkungan makro berubah, perusahaan harus mampu menangkap peluang atau sedapat-dapatnya menghindari atau meminimalkan ancaman.

2. Inovasi kompetitif

Ketika inovasi diekspos, konsumen melihat kemungkinan-kemungkinan yang baru, mereka mulai memikirkan yang lebih baik daripada yang mereka miliki saat ini, maka inovasi ini memiliki kekuatan yang besar untuk merubah nilai konsumen. Sebuah

perusahaan dengan keunggulan kompetitif dapat menciptakan nilai ekonomis yang lebih tinggi untuk pemangku kepentingan, pelanggan dan pemasok dibandingkan dengan pesaing.

Perusahaan berusaha untuk mempertahankan keunggulan kompetitifnya dengan melakukan inovasi di dalam proses, ciri produk, dan cara bertransaksi. Persaingan adalah tantangan yang fundamental dari strategi bisnis. Untuk dapat bertahan hidup dan mencapai keberhasilan, perusahaan harus lebih baik dari pesaing dalam banyak cara yang berbeda. Keunggulan kompetitif secara umum mengindikasikan bahwa perusahaan dapat mencapai kinerja yang lebih tinggi dari pada pesaing di dalam industri dengan memanfaatkan aset dan atau kompetensinya (Sunarsih, 2017: 48).

3. Munculnya pasar baru
Munculnya pasar baru karena adanya paradigma baru menyebabkan persepsi nilai yang baru bagi konsumen. Konsumen yang memiliki paradigma baru memiliki pandangan penting lain dari pasar yang ada saat ini, mereka membuat permintaan baru kepada perusahaan. Keinginan pasar baru ini merupakan sumber peluang penting.

4. Situasi penggunaan konsumen.

Nilai tercipta ketika produk dan pemakai bersatu khususnya pada situasi pemakaian. Dapat digambarkan bahwa pendapat nilai sangat memperhatikan hubungan antara produk, pemakai, dan situasi penggunaan konsumen. Persepsi terhadap nilai oleh konsumen juga bisa mengalami fluktuasi dari waktu ke waktu.

Menurut Rohman (2012: 41) mengajukan konsep nilai pelanggan (*customer value*) dalam bentuk tiga faktor, yaitu *product characteristic*, *delivered orders*, dan *transaction experiences*, ketiga menghubungkan dengan aktivitas rantai nilai dasar atau proses. Yang merefleksikan nilai yang diciptakan dalam organisasi. Faktor- faktor tersebut atau sumber nilai dievaluasi oleh pelanggan melalui empat dimensi nilai, yaitu benar, sesuai waktu yang dijanjikan, tepat, dan ekonomis.

2.4 Penelitian Terkait

Dalam penulisan proposal ini penulis telah melakukan penelaahan terhadap beberapa karya tulis yang berhubungan dengan penelitian yang ingin penulis lakukan. Hal ini dilakukan untuk menunjukkan bahwa penelitian yang akan diteliti oleh peneliti sekarang berbeda dengan penelitian sebelumnya. Yaitu penelitian yang akan diteliti tentang kualitas layanan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Aceh Syariah. Adapun beberapa penelitian terdahulu:

Danar (2016) yang meneliti tentang “Pengaruh Nilai Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Surakarta” Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hal-hal yang mempengaruhi loyalitas nasabah pada Bank Syariah Mandiri cabang Surakarta dengan variabel yaitu nilai nasabah. Sampel yang diambil sejumlah 100 nasabah. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode teknik *accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan atau siapa saja yang secara kebetulan/*insidental*. Variabel independen dalam penelitian ini adalah dan nilai nasabah. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah loyalitas nasabah. Teknik analisis data yang digunakan dengan analisis regresi berganda, uji t, uji F dan koefisien determinasi (R^2). Dalam memproses data, penelitian ini menggunakan program SPSS 20 untuk Windows. Hasil menunjukkan bahwa nilai nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Supriyadi dkk (2016) melakukan penelitian tentang “Pengaruh Nilai Nasabah, Kualitas Produk, Kualitas Jasa Syariah dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah di Bank Syariah Mandiri Kudus” Tujuan penelitian ini ialah untuk menguji pengaruh nilai nasabah, kualitas produk, kualitas jasa syariah, kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode angket kepada nasabah Bank Syariah Mandiri Cabang Kudus sebanyak 100 responden. Sampel diambil menggunakan *accidental sampling* dan

data dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini adalah: pertama, nilai nasabah memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah dengan nilai t hitung sebesar $3,034 > t$ tabel $1,984$. Kedua, kualitas produk memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah dengan nilai t hitung sebesar $3,166 > t$ tabel $1,984$. Ketiga, kualitas jasa syariah memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah dengan nilai t hitung sebesar $2,976 > t$ tabel sebesar $1,984$. Keempat, kepuasan nasabah memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah bank dengan nilai t hitung sebesar $2,799 > t$ tabel sebesar $1,984$.

Andini (2016) yang meneliti tentang “Pengaruh *Shariah Compliance* (Kepatuhan Syariah) dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. BPRS Lantabur Tebuireng Cab.Mojokerto” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *shariah compliance* (kepatuhan syariah) terhadap loyalitas nasabah, mengetahui pengaruh pelayanan terhadap loyalitas nasabah, mengetahui indikator yang paling berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Dengan jumlah responden 89 namun hanya 74 yang bisa dimasukkan ke dalam analisis. Metode analisis yang digunakan adalah dengan pendekatan SEM (*Sequal Equation Modelling*) dengan bantuan program PLS (*partial least square*) versi *smartPLS3*. Kuesioner dalam penelitian ini termasuk kedalam kuesioner tertutup dengan skala *likert* (sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, sangat tidak setuju). Hasil penelitian didapat hubungan antara *shariah compliance* dengan loyalitas adalah signifikan

dengan Tstatistik sebesar $2,920 > 1,96$. Dengan demikian disimpulkan bawa *shariah compliance* dan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas.

Penelitian yang dilakukan oleh Mulazid (2016) tentang “Pelaksanaan *Shariah Compliance* Pada Bank Syariah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri, Jakarta). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sistem pengawasan kepatuhan syariah pada Bank Indonesia dan pada Dewan Pengawas Syariah kepada Bank Syariah Mandiri, pelaksanaan fungsi kepatuhan syariah direktur kepatuhan pada seluruh jajaran Bank Syariah Mandiri, pelaksanaan audit internal Bank Syariah Mandiri. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sistem pengawasan terhadap kepatuhan syariah telah dilaksanakan dengan baik. Fungsi kepatuhan syariah oleh direktur kepatuhan kepada seluruh jajaran Bank Syariah Mandiri secara normatif telah dilaksanakan sesuai prinsip-prinsip kepatuhan, budaya kepatuhan, manajemen, manajemen risiko dan kode etik kepatuhan Bank Syariah Mandiri. Pelaksanaan audit internal di Bank Syariah Mandiri belum berjalan efektif. Selanjutnya direktur kepatuhan dan kesatuan kerja kepatuhan memiliki peran strategis dalam mengawasi jalannya budaya kepatuhan, sehingga kinerja Bank Syariah Mandiri menjadi semakin baik.

Penelitian yang dilakukan oleh Iskawanto dkk (Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya Vol. 13 No.2 juni 2015) tentang

“Pengaruh Nilai Nasabah, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Hubungan Terhadap Kepuasan Nasabah Serta Implikasinya Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah” tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh nilai nasabah, kualitas pelayanan dan hubungan terhadap kepuasan nasabah serta implikasi terhadap loyalitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai nasabah, kualitas pelayanan dan kualitas hubungan secara bersamaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan, serta nilai nasabah, kualitas pelayanan dan kualitas hubungan berpengaruh terhadap loyalitas. Penelitian ini menggunakan kuesioner dan pengukuran skala *likert* dengan menggunakan metode *non-probability sampling*.

Martasari dkk melakukan penelitian tentang “Persepsi Masyarakat Terhadap Penerapan *Shariah Compliance* pada Bank Syariah di Kecamatan Barabai” (Jurnal Dinamika Akuntansi Dan Bisnis Vol. 2, No. 1 Maret 2015). Studi ini berfokus pada persepsi Islam masyarakat terhadap praktik kepatuhan syariah di Kabupaten Barabai. Tujuannya adalah untuk sorot persepsi mereka tentang hal itu berdasarkan pada pelaporan keuangan, GCG dan fokus lingkungan dengan 5 pendekatan kepatuhan syariah. Kontrak, *maqashid* syariah, halal-haram, dokumentasi dan pelaporan keuangan. Penelitian melibatkan perbedaan masyarakat seperti dosen, mahasiswa, pegawai negeri, pedagang, dll. Data primer digunakan berupa kuesioner dan data sekunder adalah survei literatur. Sampel terdiri dari 114 responden dengan *random*

sampling. Para responden dipilih secara *accidental sampling*. Studi ini menemukan bahwa persepsi masyarakat terhadap praktik kepatuhan syariah di bank syariah di Barabai adalah netral dengan skor 3,39.

Fatimah (2019) melakukan penelitian tentang “Analisis Pengaruh *Shariah Compliance* , Reputasi Perusahaan dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Di Bank Syariah Mandiri Kcp Boyolali)” Tujuan penelitian ini untuk mengetahui, pengaruh *shariah compliance* terhadap reputasi perusahaan, pengaruh *shariah compliance* dan reputasi perusahaan terhadap kepercayaan nasabah dan pengaruh *shariah compliance*, reputasi perusahaan dan kepercayaan nasabah terhadap loyalitas nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Boyolali. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 orang nasabah di Bank Syariah Mandiri KCP Boyolali dengan teknik *sampling* adalah *random sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan cara angket dan studi kepustakaan. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji t, uji F dan analisis koefisien determinasi, uji asumsi klasik dan path analysis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *shariah compliance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi bank syariah. *Shariah compliance* tidak berpengaruh terhadap loyalitas dan kepercayaan nasabah. Reputasi bank syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap

kepercayaan dan loyalitas nasabah. Dan kepercayaan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah

Berdasarkan penjelasan dari beberapa penelitian terdahulu dapat disimpulkan secara lebih ringkas pada tabel dibawah ini:

Tabel 2.1
Penelitian Terkait

No.	Nama, judul dan tahun	Metode	Hasil	Perbedaan penelitian
1	Pengaruh Nilai Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Surakarta (Danar, 2016)	Teknik pengambilan sampel menggunakan <i>teknik accidental sampling</i>	Hasil menunjukkan bahwa nilai nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah	Danar hanya menggunakan satu variable X dan adanya perbedaan tempat penelitian
2	Pengaruh Nilai Nasabah, Kualitas Produk, Kualitas Jasa Syariah Dan Kepuasan Terhadap Kepuasan Terhadap Terhadap Loyalitas Nasabah di Bank Syariah Mandiri Kudus (Supriyadi dkk, 2016)	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode angket Sampel diambil menggunakan <i>accidental sampling</i> dan data dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda	Hasil penelitian ini menunjukkan nilai nasabah, kualitas produk, kualitas jasa syariah dan kepuasan memiliki Pengaruh terhadap loyalitas nasabah	Pada penelitian ini penulis tidak menggunakan <i>shariah compliance</i> sebagai variabel X

2.1- Lanjutan

No.	Nama, judul dan tahun	Metode	Hasil	Perbedaan penelitian
3	Pengaruh <i>Shariah Compliance</i> (Kepatuhan Syariah) dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. BPRS Lantabur Tebuireng Cab. Mojokerto (Andini, 2016)	Metode analisis yang digunakan adalah dengan pendekatan SEM (<i>sequal Equation Modelling</i>) dengan bantuan program PLS (<i>partial least square</i>) versi smartPLS3	Hasil penelitian didapat hubungan antara <i>shariah compliance</i> dengan loyalitas adalah signifikan dengan T statistik sebesar 2,920 (> 1,96). Dengan demikian disimpulkan bawa <i>shariah compliance</i> dan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas.	Pada penelitian ini penulis menggunakan kualitas pelayanan sebagai variabel X
4	Pelaksanaan <i>Shariah Compliance</i> Pada Bank Syariah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri, Jakarta) (Mulazid, 2016)	Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sistem pengawasan terhadap kepatuhan syariah telah dilaksanakan dengan baik. Fungsi kepatuhan syariah oleh direktur kepatuhan kepada seluruh jajaran Bank Syariah Mandiri secara normatif	Penelitian ini hanya menggunakan paradigma sederhana hanya satu variabel X dan satu variabel Y

2.1- Lanjutan

No.	Nama, judul dan tahun	Metode	Hasil	Perbedaan penelitian
			<p>telah dilaksanakan sesuai prinsip-prinsip kepatuhan budaya kepatuhan, Manajemen, majemen resiko dan kode etik kepatuhan Bank Syariah Mandiri. Pelaksanaa audit internal di Bank Syariah Mandiri belum berjalan efektif.</p>	
5	<p>Pengaruh Nilai Nasabah, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Hubungan Terhadap Kepuasan Nasabah Serta Implikasinya Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah (Iskawanto, 2015)</p>	<p>Penelitian ini menggunakan kuisisioner dan pengukuran skala <i>likert</i> dengan menggunakan metode <i>non-probability sampling</i></p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai nasabah, kualitas pelayanan dan kualitas hubungan secara signifikan</p>	<p>Penelitian ini menggunakan variabel <i>intervening</i> didalam penelitiannya.</p>

2.1- Lanjutan

No.	Nama, judul dan tahun	Metode	Hasil	Perbedaan penelitian
6	Persepsi Masyarakat Terhadap Penerapan <i>Shariah Compliance</i> pada Bank Syariah di Kecamatan Barabai (Martasari, 2015)	Data primer digunakan berupa kuesioner dan data sekunder adalah survei literatur. Sampel terdiri dari 114 responden dengan <i>random sampling</i> . Para responden dipilih secara <i>accidental sampling</i> .	Studi ini menemukan bahwa persepsi masyarakat terhadap praktik kepatuhan syariah di bank syariah di Barabai adalah netral dengan skor 3,39.	Penelitian ini hanya menggunakan variabel satu Variabel dan atau variabel Y dengan paradigma sederhana
7	Analisis Pengaruh <i>Shariah Compliance</i> , Reputasi Perusahaan dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus di Bank Syariah Mandiri Kcp Boyolali (Fatimah, 2019)	Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, responden sebanyak 100 orang dengan menggunakan teknik pengambilan sampel secara <i>random sampling</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa <i>shariah compliance</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap reputasi bank syariah. <i>Shariah compliance</i> tidak berpengaruh terhadap loyalitas dan kepercayaan nasabah. Reputasi bank syariah berpengaruh positif terhadap kepercayaan dan loyalitas nasabah.	Penelitian menggunakan variabel yang berbeda dengan penelitian penulis

2.1 lanjutan

No.	Nama, judul dan tahun	Metode	Hasil	Perbedaan penelitian
			dan kepercayaan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah	

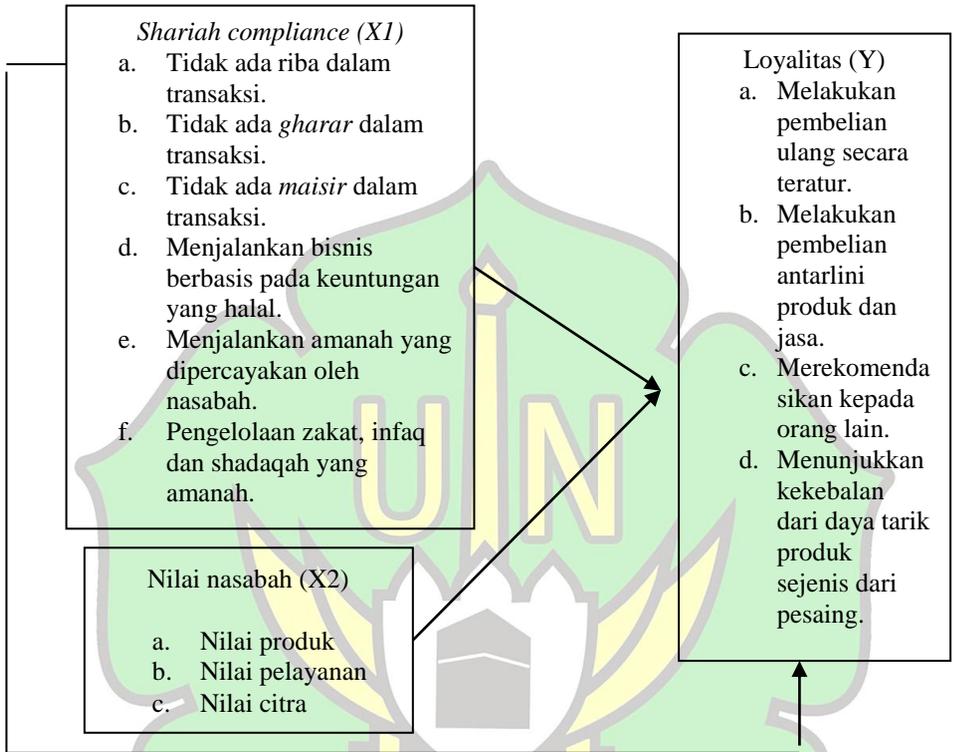
Sumber: Data diolah sendiri tahun 2019

2.5 Kerangka Berfikir

Loyalitas nasabah pada Bank Aceh Syariah sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan perkembangan Bank Aceh Syariah, oleh karena itu Bank Aceh Syariah harus mempertahankan nasabah yang loyal terhadap Bank Aceh Syariah. Pada Bank Aceh Syariah terdapat prinsip-prinsip syariah yang mengatur ketentuan segala aktifitas dari bank tersebut agar berjalan sesuai dengan aturan syariah. Danar (2016: 15) berpendapat bahwa penilaian nasabah terhadap bank dapat dilihat dari segi penilaian produk, pelayanan dan citra. Adapun aspek-aspek yang diukur dalam penelitian ini dari nasabah Bank Aceh Syariah meliputi: *shariah compliance* dan nilai nasabah.

Shariah compliance yang dimaksud dalam penelitian ini adalah penilaian nasabah terhadap kepatuhan Bank Aceh Syariah terhadap prinsip-prinsip syariah dalam menjalankan kegiatan operasionalnya. Nilai nasabah yang dimaksud dalam penelitian ini adalah penilaian nasabah terhadap Bank Aceh Syariah terhadap apa yang telah diberikan oleh bank terhadap nasabah.

Berdasarkan teori-teori yang telah dibahas oleh peneliti maka dapat dirumuskan suatu kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

Sumber: Data diolah sendiri (2020)

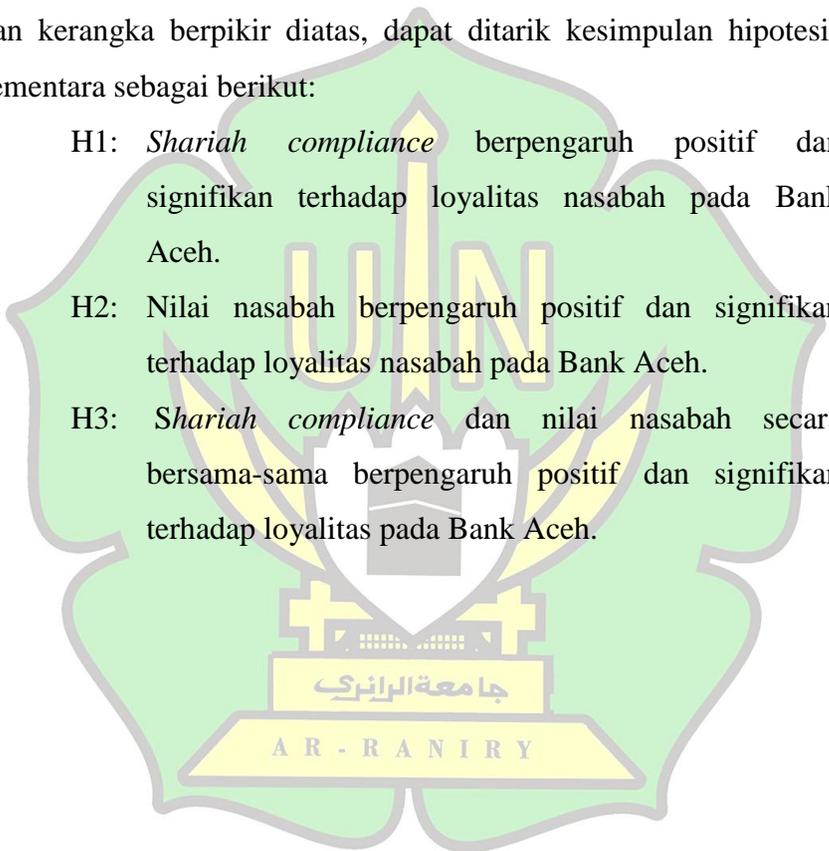
2.6 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian,

belum jawaban empirik (Sugiyono, 2014:93). Karena hipotesis merupakan pernyataan sementara yang masih lemah kebenarannya, maka perlu diuji kebenarannya. Hipotesis adalah dugaan terhadap hubungan antara dua variabel atau lebih (Siregar, 2017).

Berdasarkan deskripsi teori hasil penelitian yang relevan dan kerangka berpikir diatas, dapat ditarik kesimpulan hipotesis sementara sebagai berikut:

- H1: *Shariah compliance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Aceh.
- H2: Nilai nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Aceh.
- H3: *Shariah compliance* dan nilai nasabah secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pada Bank Aceh.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif deskriptif. Metode ini disebut sebagai metode positivistik karena berlandaskan pada filsafat positivisme. Metode ini sebagai metode ilmiah/*scientific* karena telah memenuhi kaedah ilmiah yang konkret/empiris, obyektif, terukur, rasional dan sistematis (Sugiyono, 2014: 12). Siregar (2017: 17) mengatakan bahwa data kuantitatif adalah data berupa angka. Sesuai dengan bentuknya, data kuantitatif dapat diolah atau dianalisis dengan menggunakan teknik perhitungan statistik.

Berdasarkan tingkat kedudukan variabel maka penelitian ini bersifat kausal asosiatif. Penelitian asosiatif (hubungan) menjelaskan keterkaitan atau hubungan antara dua variabel atau lebih, penelitian kausal bisa memberikan penjelasan secara konkret (eksplisit) variabel atau variabel-variabel yang mana merupakan akibat, dan juga memberikan bantuan terjadinya hubungan sebab akibat (Wagiran, 2013: 129).

Penelitian ini adalah penelitian yang bersifat kuantitatif, dimana data-data yang dilampirkan berupa angka atau numberik. Data yang berbentuk angka yang jelas dan menggunakan berbagai rumus untuk mencapai suatu hasil yang benar-benar dapat dipercaya dan akurat.

3.2 Lokasi Penelitian dan Objek penelitian

Objek dari penelitian ini adalah nasabah Bank Aceh. Adapun lokasi dari penelitian ini tidaklah spesifik, karena target dari penelitian ini adalah nasabah Bank Aceh jadi di ambil secara acak dan kebetulan.

3.3 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan obyek yang karakteristiknya hendak diteliti. Dalam pemilihan populasi, target harus sesuai dengan tujuan riset (Suliyanto, 2006: 96). Sugiyono (2014: 115) mengatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Aceh Syariah. Adapun Jumlah nasabah pada akhir tahun 2018 berjumlah 1.648.089 nasabah (<http://www.bankaceh.co.id>).

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel adalah beberapa perwakilan dari populasi yang hasilnya dianggap dapat mewakili keseluruhan dari populasi tersebut. Ada beberapa pedoman yang dapat digunakan

sebagai patokan untuk menentukan berapa ukuran sampel minimal yang harus diambil, salah satunya dengan menggunakan rumus yang dikemukakan oleh *Slovin* (Suliyanto, 2006: 100).

$$n = \frac{N}{1+N.e^2} \quad \dots (3.1)$$

Dimana:

n : jumlah sampel minimal

N : jumlah populasi

e : persen kelonggaran ketelitian karena kesalahan pengambilan sampel sebesar 10%

jadi, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah:

$$n = \frac{1.648.089}{1+(1.648.089)(0.1)^2}$$

$$n = \frac{1.648.089}{1 + (16.5 = 480,9)}$$

$$n = \frac{1.648.089}{16.481,9}$$

$$n = 99,99 \text{ dibulatkan menjadi } 100$$

Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan rumus diatas maka jumlah sampel yang diambil oleh peneliti dari jumlah populasi yang ada sebanyak 100 responden. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *sampling insidental*, teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, dimana peneliti dapat menjadikan sampel dari siapa saja yang ia temui secara

kebetulan yang dianggap cocok dijadikan sebagai sumber data (Sugiyono, 2014: 122).

3.4 Sumber Data

Adapun jenis data dalam penelitian ini sebagai berikut:

Data primer, merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk menjawab masalah atau tujuan penelitian yang dilakukan dalam penelitian eksploratif, deskriptif maupun kausal dengan menggunakan metode data berupa survey ataupun observasi (Hermawan, 2005: 168). Data ini diperoleh langsung oleh penulis melalui pembagian kuesioner yang terdiri dari item-item pertanyaan yang dibagikan kepada Nasabah Bank Aceh.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengambilan data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Angket (kuesioner)

Angket (kuesioner) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variable yang akan diukur dan tahu apa yang diharapkan dari responden (Sugiyono, 2014: 199). Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan google form, kuesioner yang diinput dalam google form dan

dibagikan langsung oleh peneliti berbentuk link kepada nasabah Bank Aceh yang nantinya dapat diakses oleh nasabah.

2. Dokumentasi

Metode dokumenter adalah salah satu metode yang digunakan untuk menelusuri data historis. Sebagian besar data yang tersedia adalah berbentuk surat-surat, catatan harian, kenang-kenangan, laporan, dan sebagainya (Bungin, 2013: 153-154). Sugiyono (2014) berpendapat bahwa dokumen merupakan catatan atau peristiwa yang telah berlalu, dokumen dapat berbentuk gambar/foto, tulisan atau karya-karya monumental dari seseorang. Adapun data-data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah dokumen /laporan tentang Bank Aceh yang didapat melalui akses website Bank Aceh maupun buku yang membahas tentang Bank Aceh. Adapun data awal yang diambil pada laporan tahunan tahun 2018 Bank Aceh Syariah tentang laporan dana pihak ketiga Bank Aceh tahun 2016-2018 dan jumlah nasabah Bank Aceh pada akhir tahun 2018 yang diakses melalui website Bank Aceh.

3.6 Skala Pengukuran

Adapun skala pengukuran yang digunakan pada penelitian ini adalah skala likert. Sugiyono (2014: 132-133) mengatakan bahwa skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan

persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator variabel digunakan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item yang dapat berupa pernyataan-pertanyaan. Adapun jawaban dari setiap pertanyaan di beri skor dari 1 (sangat tidak setuju) sampai dengan 5 (sangat setuju).

Table 3.1
Skala pengukuran

No	Pilihan Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Ragu-ragu	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono, 2014:133

3.7 Definisi Variabel Operasional dan Instrumen Penelitian

3.7.1 Variabel Operasional

Definisi operasional merupakan suatu variabel dengan memberi arti atau menspesifikasikan atau membenarkan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut (Sugiyono, 2010). Dalam penelitian ini terdapat 3 variabel yang terdiri dari 1 variabel independen dan 2 variabel dependen.

3.7.2 Instrumen Penelitian

Menurut Arikunto instrumen penelitian merupakan alat bantu. Secara minimal alat bantu tersebut berupa *ancer-ancer* pertanyaan yang akan ditanyakan secara sebagai catatan, serta alat

tulis untuk menuliskan jawaban yang diterima. *Ancer-ancer* ini disebut juga sebagai pedoman wawancara (Arikunto, 2010: 192). Instrumen adalah alat yang digunakan untuk memperoleh atau mengumpulkan data dalam memecahkan suatu masalah penelitian dan juga sebagai alat yang digunakan peneliti untuk memecahkan masalah dalam sebuah penelitian. Selain itu instrumen penelitian sejenis alat bantu yang digunakan metode penelitian (Alfianika, 2018: 116-117).

Instrumen penelitian akan menghasilkan data yang empiris dengan baik, telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Kuesioner sebagai instrumen penelitian sejatinya mampu mempresentasikan apa yang hendak diukur (Bahri, 2014:51). Adapun penjelasan variabel-variabel dan instrumen dapat dirincikan dalam tabel sebagai berikut:

Table 3.2
Operasional Variabel

No	Variabel penelitian	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Independen				
1	<i>Shariah compliance</i> (X1)	<i>Shariah compliance</i> adalah kataatan bank syariah terhadap prinsip-prinsip syariah, artinya dalam beroperasinya mengikuti ketentuan-ketentuan syariah Islam khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalat dala Islam (Fatimah, 2019: 66).	a. Tidak ada riba dalam transaksi. b. Tidak ada <i>gharar</i> dalam transaksi. c. Tidak ada <i>maisir</i> dalam transaksi.	Interval

3.2–Lanjutan

No	Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Independen				
			<p>d. Menjalankan bisnis berbasis pada keuntungan yang halal.</p> <p>e. Menjalankan amanah yang dipercayakan oleh nasabah.</p> <p>f. Pengelolaan zakat, infaq dan shadaqah yang amanah Fatimah, 2019: 46).</p>	
2	Nilai nasabah (X ₂)	Nilai nasabah merupakan penilaian konsumen secara keseluruhan terhadap manfaat produk dengan didasarkan pada apa yang mereka terima dan apa yang mereka berikan (Iskawanto, 2015).	<p>a. Nilai produk</p> <p>b. Nilai pelayanan</p> <p>c. Nilai citra (Dandar, 2016: 13-14).</p>	Interval
Dependen				
3	Loyalitas nasabah(Y)	Loyalitas pelanggan adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, atau	a. Melakukan pembelian ulang secara teratur.	Interval

3.2–Lanjutan

No	Variabel penelitian	Definisi operasional	Indikator	Skala
Dependen				
		pemasok berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten (Suryaty, 2015: 93).	<ul style="list-style-type: none"> b. Melakukan pembelian c. antarlini produk dan jasa. d. Merekomendasikan kepada orang lain. e. Menunjukkan ketahanan daya tarik produk sejenis dari pesaing. Suryaty (2015:96). 	

Sumber: Data diolah sendiri (2020)

3.8 Metode Analisis Data

3.8.1 Uji Validitas dan Reabilitas

3.8.1.1 Uji Validitas

Validitas alat ukur dinilai sama pentingnya dengan reliabilitas alat ukur, ini artinya bahwa alat ukur haruslah memiliki akurasi yang baik terutama apabila alat ukur tersebut digunakan sehingga validitas akan meningkatkan bobot kebenaran atau yang diinginkan. Alat ukur yang digunakan dalam instrument harus memiliki validitas yang baik untuk mencapai tingkat validitas instrument penelitian (Bungin, 2013: 70).

Uji Validitas dilakukan dengan membuat korelasi skor item dengan skor total. Korelasi *Rank Spearman* digunakan jika data yang diperoleh adalah data ordinal, sedangkan korelasi *Product Moment* bisa digunakan jika data yang diperoleh adalah data interval (Suliyanto, 2009: 154). Adapun rumus *pearson product moment* sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[N\sum x^2 - (\sum x)^2][N\sum y^2 - (\sum y)^2]}} \quad \dots (3.2)$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi antara x dan y

N = Sample

x = Skor butir

y = Skor total

Taraf signifikansi adalah 5%. Jika r hitung > r tabel maka item pertanyaan dinyatakan valid dan jika r hitung < r tabel maka item pertanyaan dinyatakan tidak valid.

3.8.1.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah sejauh mana pengukuran dari suatu tes tetap konsisten setelah dilakukan berulang ulang terhadap subjek dan dalam kondisi yang sama. Penelitian dianggap dapat diandalkan bila memberikan hasil yang konsisten untuk pengukuran yang sama (Duli, 2019: 109). Kemantapan alat ukur dapat dilihat apabila alat ukur yang digunakan secara berulang kali, alat ukur tersebut akan tetap menghasilkan hasil ukur yang sama dengan catatan tidak terjadi perubahan kondisi pada setiap pengukuran (Bungin, 2013: 69).

Dalam penelitian yang akan digunakan oleh peneliti untuk mengukur reabilitas kuesioner dengan menggunakan rumus koefisien *Cronbach Alpha*, yaitu:

$$r_{11} = \frac{(k)}{(k-1)} \left(1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma_t^2} \right) \quad \dots (3.3)$$

Keterangan:

r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_t^2$ = jumlah varians butir

σ_t^2 = varians total

1. Apabila hasil koefisien *Cronbach Alpha* > taraf signifikansi 70% atau 0.6 maka kuesioner tersebut reliabel.
2. Apabila hasil koefisien *Cronbach Alpha* < taraf signifikansi 70% atau 0.6 maka kuesioner tersebut tidak reliabel.

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *shariah compliance* dan nilai nasabah terhadap loyalitas nasabah pada Bank Aceh Syariah, metode analisis yang digunakan oleh peneliti adalah metode analisis regresi linier berganda. Adapun uji asumsi klasik adalah persyaratan statistik yang harus dipenuhi pada analisis regresi linier berganda. Yang berbasis *ordinary least square (OLS)* (Duli, 2019: 114) Adapun uji asumsi klasik yang digunakan oleh

peneliti dalam penelitian ini diantaranya: uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

3.8.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk melihat apakah nilai *residual* terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai *residual* yang terdistribusi dengan normal. Jadi uji normalitas bukan dilakukan pada masing-masing variabel tetapi pada nilai *residual*nya. Uji normalitas dapat dilakukan dengan uji histogram, uji normal *P-Plot*, uji *Chi Square*, *Skewness* dan *Kurtosis* atau *Kolmogorov Smirnov*. Data yang baik adalah data yang normal dalam pendistribusiannya. Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas yakni: jika nilai signifikansi lebih besar dari $\alpha = 0,05$ maka data tersebut berdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilai signifikansi lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ maka data tersebut tidak berdistribusi normal (Duli, 2019: 114-115).

3.8.2.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linier berganda. Jika ada korelasi yang tinggi diantara variabel-variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu (Ansofino, 2016: 94).

Ada beberapa model untuk menjelaskan multikolinieritas dalam data penelitian dan salah satu diantaranya dengan menggunakan metode *Varians Inflation Factor* atau VIF. Batas

VIF adalah jika nilai VIF lebih besar dari 10 atau dengan kata lain apabila hasil perhitungan dengan model ini >10 dapat disimpulkan bahwa terjadi gejala multikolinieritas dalam data. Rumus untuk menentukan nilai VIF untuk menguji kolonieritas dan multikolinieritas sebagai berikut (Ismail, 2018: 220):

$$VIF = \frac{1}{(1-R_f^2)} \quad \dots(3.4)$$

3.8.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan varians dari *residuals* satu ke pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang memenuhi persyaratan adalah dimana terdapat kesamaan *residual* satu ke pengamatan ke pengamatan yang lain tetap atau disebut homoskedastisitas (Ansofino, 2016: 94).

Ada beberapa cara untuk melihat indikasi heteroskedastisitas, yaitu (Ismail, 2018: 220):

1. Dengan mengamati *scatter plot* antara nilai prediksi terikat (ZPRED) dengan *residual* (SRESID). Apabila titik-titik membentuk pola teratur pada sumbu X dan Y, data terindikasi terjadinya heteroskedastisitas. Cara ini dapat dilihat dengan menggunakan SPSS.
2. Dengan menggunakan rumus uji statistik di antaranya: Uji *park*, uji *glejser*, uji *white*, uji *goldfield-quandt* dan uji kolerasi tingkat *spearman*.

3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode analisis regresi linier berganda karena variabel dalam penelitian terdiri dari dua variabel bebas yang mempengaruhi satu variabel terikat, yang menjelaskan analisis dan pengaruh antara variabel terikat dan variabel bebas. Metode ini digunakan apabila peneliti memiliki dua atau lebih variabel bebas. Adapun dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *shariah compliance* dan nilai nasabah terhadap loyalitas nasabah pada Bank Aceh Syariah.

Pada model ini menggunakan rumus yang dikutip dalam Sugiyono (2014: 277) sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e \quad \dots(3.5)$$

Keterangan:

Y	: Loyalitas Nasabah
α	: Konstanta
b_1 dan b_2	: Koefisien regresi X_1 dan X_2
X_1	: <i>Shariah compliance</i>
X_2	: Nilai nasabah
e	: Standar error

3.8.4 Pengujian Hipotesis

3.8.4.1 Uji Simultan (Uji F)

Uji F adalah suatu cara untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model yang mempunyai pengaruh secara bersama-sama atau secara simultan

terhadap variable dependen (Wati, 2018: 223). Pengujian ini dilakukan untuk membandingkan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} , H_a diterima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ artinya variabel independen secara bersamaan mempengaruhi variabel dependen dan, H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ artinya variabel independen secara bersamaan tidak mempengaruhi variabel dependen.

Jika terjadi penerimaan H_0 , maka dapat diartikan sebagai tidak signifikannya model regresi multipel yang diperoleh sehingga mengakibatkan tidak signifikan pula pengaruh dari variabel-variabel bebas secara bersamaan (simultan) terhadap variabel terikat (Mulyono, 2018: 113).

3.8.4.2 Uji Parsial (Uji T)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara parsial berpengaruh nyata atau tidak terhadap variabel dependen. Derajat signifikansi yang digunakan adalah 0,05. Apabila nilai signifikan lebih kecil dari derajat kepercayaan maka kita menerima hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen. Uji statistik t, pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara oarsial dalam menerangkan variabel dependen. Pengujian ini dilakukan uji dua arah dengan hipotesis (Mulyono, 2108: 113):

Apabila $H_0 : \beta_1 = 0$, artinya tidak ada pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Jika $H_a : \beta_1 < 0$ atau $\beta_1 > 0$ artinya tidak ada pengaruh dari variabel independen terhadap

variabel dependen. Adapun secara lebih mendetail penjelasannya adalah (Mulyono, 2018):

1. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
2. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel independen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

3.8.4.3 Koefesien Determinasi

Koefesien determinasi menunjukkan ragam (variasi) naik turunnya Y yang diterangkan oleh pengaruh linier X (berapa bagian keragaman dalam variabel Y yang dapat dijelaskan oleh beragamnya nilai-nilai variabel X). Bila nilai koefesien determinasi = 1, berarti garis regresi yang terbentuk cocok secara sempurna dengan nilai-nilai observasi yang diperolehnya. Dalam hal nilai koefesien determinasi sama dengan satu berarti ragam naik turunnya Y seluruhnya disebabkan oleh X. Dengan demikian, bila nilai X diketahui, nilai Y dapat diramalkan secara sempurna. Jadi kegunaan koefesien determinasi adalah (Siagian, 2006: 259):

1. Sebagai ukuran ketepatan atau kecocokan garis regres yang dibentuk dari hasil pendugaan terhadap sekelompok data hasil observasi. Makin besar nilai R^2 semakin bagus garis regresi yang terbentuk. Sebaliknya makin kecil nilai R^2 makin tidak tepat garis regresi tersebut dala mewakili data observasi.

2. Mengukur besar proporsi (persentase) dari jumlah ragam Y yang diterangkan oleh model regresi atau untuk mengukur besar sumbangan variabel penjelas X terhadap variabel respon Y.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Aceh sebanyak 100 orang. Adapun karakteristik responden pada penelitian ini digolongkan kedalam 4 macam yakni berdasarkan agama, jenis kelamin, usia dan pendidikan terakhir.

4.1.1 Responden Berdasarkan Agama

Jumlah dan persentase responden berdasarkan agam dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.1
Responden Berdasarkan Agama

Agama	Jumlah	Persentase
Islam	100	100%

Sumber: Data primer diolah (2020)

Berdasarkan Tabel 4.1 dapat dilihat bahwa dari total responden 100 orang keseluruhannya beragama Islam.

4.1.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jumlah dan persentase responden laki-laki dan perempuan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.2
Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	40	40%
Perempuan	60	60%
Total	100	100%

Sumber: Data primer diolah (2020)

Berdasarkan Tabel 4.2 dapat dilihat bahwa jumlah nasabah Bank Aceh di dominasi oleh perempuan yaitu 60 orang atau sebesar 60% sedangkan laki-laki 40 orang atau sebesar 40% dan total nasabah 100 orang.

4.1.3 Responden Berdasarkan Usia

Jumlah dan persentase nasabah dengan kisaran usia 21 hingga 55 tahun dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.3
Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
21 – 31 Tahun	79	79%
32 – 55 Tahun	21	21%
Total	100	100%

Sumber: Data primer diolah (2020)

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat dilihat bahwa nasabah dengan usia 21–31 tahun adalah yang terbanyak yakni 79 orang atau sebesar 79%. Kemudian sisanya berusia 32– 55 tahun yakni 21 orang atau sebesar 21%.

4.1.4 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Jumlah dengan pendidikan terakhir nasabah Bank Aceh disajikan dalam tabel berikut ini:

Tabel 4.4
Responden Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir	Jumlah	Persentase
SMP	2	2%
SMA	37	3 %
D3	14	14 %
S1	37	37 %
S2	10	10%
Total	100	100%

Sumber: Data primer diolah (2020)

Berdasarkan Tabel 4.4 maka dapat dilihat bahwa nasabah dengan pendidikan terakhir Sarjana (S1) dan SMA adalah yang paling mendominasi yaitu 37 orang atau sebesar 37%, Diploma (D3) yaitu 14 Orang atau sebesar 14%, Magister (S2) yaitu 10 orang atau sebesar 10% dan SMP yaitu 2 orang atau sebesar 2%.

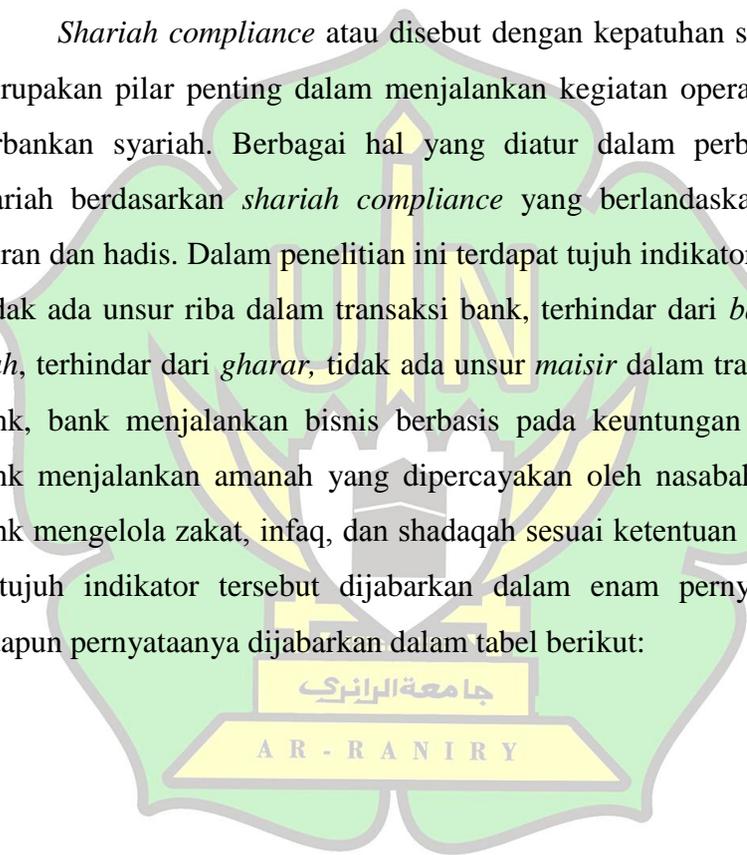
4.2 Analisis Deskripsi Variabel

Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yang digunakan yaitu *shariah compliance* (X1), nilai nasabah (X2) sebagai variabel bebas (independen), dan loyalitas nasabah (Y) sebagai variabel dependen. Setiap variabel memiliki indikatornya masing-masing yang dijadikan sebagai alat ukur dan setiap indikator pernyataan dalam kuesioner. Untuk variabel X1 terdiri dari 7 indikator dengan 6 pernyataan Karena ada indikator yang bisa digabungkan dalam satu

pernyataan, variabel X2 terdiri dari tiga indikator dengan empat pernyataan, dan variabel Y terdiri dari empat indikator dengan empat pernyataan. Maka total pernyataan dalam kuesioner berjumlah 14.

4.2.1 Deskripsi Variabel *Sharia Compliance* (X1)

Shariah compliance atau disebut dengan kepatuhan syariah merupakan pilar penting dalam menjalankan kegiatan operasional perbankan syariah. Berbagai hal yang diatur dalam perbankan syariah berdasarkan *shariah compliance* yang berlandaskan Al-Quran dan hadis. Dalam penelitian ini terdapat tujuh indikator yaitu Tidak ada unsur riba dalam transaksi bank, terhindar dari *ba'i al-inah*, terhindar dari *gharar*, tidak ada unsur *maisir* dalam transaksi bank, bank menjalankan bisnis berbasis pada keuntungan halal, bank menjalankan amanah yang dipercayakan oleh nasabah, dan bank mengelola zakat, infaq, dan shadaqah sesuai ketentuan syar'i. Ketujuh indikator tersebut dijabarkan dalam enam pernyataan. Adapun pernyataanya dijabarkan dalam tabel berikut:



Tabel 4.5
Deskripsi variabel *shariah compliance*

Uraian pernyataan	STS	TS	RG	S	SS	Mean
Bank Aceh Syariah tidak menggunakan sistem bunga sehingga transaksi bebas riba	1	1	23	37	38	4.10
Bank Aceh Syariah menjelaskan segala aktivitasnya dengan jelas dan pasti, seperti persen bagi hasil dan persen pembayaran	3	-	31	50	16	3.76
Saya tidak menemukan transaksi yang bersifat spekulasi ataupun perjudian di Bank Aceh Syariah	-	5	20	41	34	4.04
Bank Aceh Syariah hanya melakukan bisnis yang berbasis pada keuntungan yang halal	1	2	12	47	38	4.19
Bank Aceh Syariah menjaga amanah yang dipercayakan oleh nasabah kepada Bank Aceh Syariah	1	1	10	54	34	4.19
Selain Sebagai penerima dan penyaluran dana Bank Aceh Syariah juga bekerja sama dengan lembaga penyaluran zakat, infaq dan sedekah	2	1	10	42	45	4.27
Rata-rata						4,11

Sumber: Data primer diolah (2020) جامعة الزاوية

Dalam perbankan syariah segala aktivitas harus mengikuti aturan-aturan syariah, karena itu sudah menjadi landasan perbankan syariah, dan perbedaan antara syariah dengan konvensional. Berdasarkan tabel 4.5 di atas dapat dilihat bahwa rata-rata 4,10 yang berarti bahwa responden setuju dengan pernyataan X11. Responden yang memilih jawaban sangat setuju sebanyak 38 orang, yang memilih setuju ada 37 orang dan sisanya 23 ragu-ragu,

1 orang tidak setuju dan 1 orang sangat tidak setuju. Pada pernyataan X12 mengenai *shariah compliance*, Bank Aceh Syariah menjelaskan segala aktivitasnya dengan jelas dan pasti, seperti persentase bagi hasil dan persentase pembayaran, setuju dengan rata-rata 3,76. Responden yang memilih jawaban setuju sebanyak 50 orang dan yang memilih jawaban sangat setuju sebanyak 16 orang dan sisanya 31 ragu-ragu, dan 3 orang sangat tidak setuju.

Pada pernyataan X13 tentang tidak menemukan transaksi yang bersifat spekulasi ataupun perjudian di Bank Aceh Syariah dengan rata-rata jawaban 4,04. Responden yang memilih jawaban setuju sebanyak 41 orang, kemudian disusul 34 orang memilih sangat setuju dan sisanya 20 orang memilih jawaban ragu-ragu serta 5 orang tidak setuju. Pernyataan X14 mengenai *shariah compliance*, Bank Aceh Syariah hanya melakukan bisnis yang berbasis pada keuntungan yang halal setuju dengan rata-rata 4,19. Responden yang memilih jawaban setuju sebanyak 47 orang dan yang memilih jawaban sangat setuju sebanyak 38 orang dan sisanya 12 ragu-ragu, tidak setuju 2 orang dan 1 orang sangat tidak setuju. Selanjutnya pernyataan X15 tentang Bank Aceh Syariah menjaga amanah yang dipercayakan oleh nasabah kepada Bank Aceh Syariah masih memiliki jawaban setuju yang paling banyak di pilih dengan rata-rata 4,19. Responden yang memilih jawaban setuju sebanyak 54 orang, kemudian disusul 34 orang memilih sangat setuju dan sisanya 10 orang memilih jawaban ragu-ragu serta 1 orang tidak setuju dan 1 orang sangat tidak setuju.

Adapun pernyataan X16 yang terakhir pada *shariah compliance* yaitu Bank Aceh Syariah juga bekerja sama dengan lembaga penyaluran zakat, infaq dan sedekah dengan jawaban rata-rata 4,27. Responden yang memilih jawaban setuju sebanyak 42 orang, 45 orang memilih sangat setuju dan sisanya 10 orang memilih jawaban ragu-ragu serta 1 orang tidak setuju dan 2 orang sangat tidak setuju. Secara keseluruhan rata-rata 4,11 menunjukkan bahwa nasabah setuju dengan seluruh pernyataan tentang *shariah compliance*.

4.2.2 Deskripsi Variabel Nilai Nasabah (X2)

Nilai nasabah adalah penilaian nasabah secara keseluruhan terhadap manfaat produk yang didapat dengan biaya yang telah dikeluarkan. Dalam penelitian ini terdapat tiga indikator nilai nasabah yaitu nilai produk, nilai pelayanan, dan nilai citra. Dari ketiga indikator tersebut dijabarkan dalam tiga pernyataan. Adapun pernyataannya dijabarkan dalam tabel berikut:

Tabel 4.6
Deskripsi Variabel Nilai Nasabah

Uraian pernyataan	STS	TS	RG	S	SS	Mean
Saya senang menggunakan produk Bank Aceh Syariah	2	1	19	44	34	4.07
Saya merasa produk yang diberikan oleh Bank Aceh Syariah sesuai dengan kebutuhan saya	2	3	23	47	25	3.90
Saya merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh Bank Aceh Syariah	1	1	33	37	28	3.90

4.6-Lanjutan

Uraian pernyataan	STS	TS	RG	S	SS	Mean
Saya merasa bangga menggunakan produk Bank Aceh Syariah	2	4	22	44	28	4.92
Rata-rata						4.20

Sumber: Data primer diolah (2020)

Berdasarkan Tabel 4.6 maka dapat dilihat bahwa pada pernyataan X21, jawaban yang paling banyak dipilih responden adalah setuju dengan rata-rata jawaban 4,07. Responden yang memilih jawaban setuju sebanyak 44 orang artinya responden setuju bahwa mereka senang menggunakan produk Bank Aceh Syariah. Lalu disusul jawaban sangat setuju sebanyak 34 orang. Sedangkan sisanya memilih ragu-ragu berjumlah 19 orang, tidak setuju sebanyak 1 orang dan sisanya 2 orang lagi memilih jawaban sangat tidak setuju.

Pada pernyataan X22 tentang produk yang diberikan oleh Bank Aceh Syariah sesuai dengan kebutuhan saya jawaban setuju paling mendominasi dengan rata-rata jawaban 3,90. Responden yang memilih jawaban setuju sebanyak 47 orang, sangat setuju sebanyak 25 orang dan sisanya 23 orang memilih jawaban ragu-ragu dan 3 orang memilih tidak setuju, disusul dengan 2 orang yang memilih jawaban sangat tidak setuju. Pada pernyataan X23 tentang puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh Bank Aceh Syariah dengan rata-rata jawaban 3,90 yang berarti responden setuju dengan pernyataan tersebut. Responden yang memilih jawaban

setuju sebanyak 37 orang, 28 orang memilih sangat setuju, 33 orang memilih jawaban ragu-ragu sedangkan sisanya 1 orang memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju 1 orang. Pada pernyataan X24 tentang merasa bangga menggunakan produk Bank Aceh Syariah dengan rata-rata jawaban 4,92. Responden yang memilih jawaban setuju sebanyak 44 orang, 28 orang memilih sangat setuju, 22 orang memilih jawaban ragu-ragu sedangkan sisanya 4 orang memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju 2 orang. Secara keseluruhan rata-rata 4,20 menunjukkan bahwa responden setuju dengan semua pernyataan pada variabel nilai nasabah.

4.2.3 Deskripsi Variabel Loyalitas (Y)

Loyalitas adalah kesetiaan nasabah terhadap suatu obyek, baik itu produk maupun perusahaan. Loyalitas dapat dilihat apabila dengan beberapa indikator, dalam penelitian ini terdapat empat indikator loyalitas yaitu melakukan pembelian ulang secara teratur, melakukan pembelian antar..... lini produk dan jasa, merekomendasikan kepada orang lain menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing. Dari ketiga indikator tersebut dijabarkan dalam tiga pernyataan. Adapun pernyataanya dijabarkan dalam tabel berikut:

Table 4.7
Deskripsi Variabel Loyalitas

Uraian pernyataan	STS	TS	RG	S	SS	Mean
Saya akan terus menggunakan produk secara berkesinambungan di Bank Aceh Syariah	3	6	24	48	19	3.74
Saya merekomendasikan kepada teman/kerabat untuk menjadi nasabah Bank Aceh Syariah	3	4	20	50	23	3.86
Saya memberitahukan kepada teman/kerabat tentang keuntungan yang saya dapatkan menggunakan produk Bank Aceh Syariah	2	5	24	47	22	3.82
Saya tidak terpengaruh dengan produk bank lain meskipun lebih menguntungkan	8	11	28	37	16	3.42
Rata-rata						3,71

Sumber: Data primer diolah (2020)

Berdasarkan Tabel 4.7 maka dapat dilihat bahwa pada pernyataan Y1, jawaban yang paling banyak dipilih responden adalah setuju dengan rata-rata jawaban 3,74. Responden yang memilih jawaban setuju sebanyak 48 orang artinya responden setuju bahwa mereka senang orang. Sedangkan sisanya memilih ragu-ragu berjumlah 24 orang, tidak setuju sebanyak 6 orang dan sisanya 3 orang lagi memilih jawaban sangat tidak setuju. Selanjutnya pernyataan Y2 tentang saya merekomendasikan kepada teman/kerabat untuk menjadi nasabah Bank Aceh Syariah memiliki jawaban yang nilai rata-rata sebesar 3,86. Responden pada

pernyataan ini paling tinggi memilih setuju yaitu 50 orang, dan disusul 23 orang memilih sangat setuju dan sisanya memilih ragu-ragu sebanyak 20 orang, 4 orang memilih tidak setuju dan 3 orang memilih sangat tidak setuju. Pada pernyataan Y3 tentang memberitahukan kepada teman/kerabat tentang keuntungan yang saya dapatkan menggunakan produk Bank Aceh Syariah memiliki jawaban tertinggi pada kategori setuju dengan rata-rata jawaban 3,82. Responden yang memilih setuju berjumlah 47 orang dan disusul dengan sangat setuju berjumlah 22 orang dan sisanya 24 orang ragu-ragu, 5 orang tidak setuju dan 2 orang sangat tidak setuju.

Kemudian pada pernyataan Y4 yang memiliki pernyataan tentang Saya tidak terpengaruh dengan produk bank lain meskipun lebih menguntungkan memiliki nilai rata-rata 3,42 dengan pilihan setuju yang masih paling mendominasi. Responden yang memilih setuju berjumlah 37 orang, sangat setuju berjumlah 16 orang dan sisanya 28 orang ragu-ragu, 11 orang tidak setuju dan 8 orang sangat tidak setuju. Secara keseluruhan rata-rata 3,71 menunjukkan bahwa responden setuju dengan semua pernyataan pada variabel loyalitas.

4.3 Uji Penelitian Instrument

4.3.1 Uji validitas

Uji validitas bertujuan untuk melihat kevalidan atau keabsahan setiap butir pernyataan dalam kuesioner. Valid berarti

alat ukur digunakan sesuai dengan kegunaannya. Dengan cara membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel untuk melihat validitas dari butir pernyataan dapat dilakukan dengan ketentuan apabila r hitung $>$ r tabel maka butir pernyataan dinyatakan valid. Namun apabila r hitung $<$ r tabel maka dinyatakan tidak valid. Dalam penelitian ini, nilai r hitung ditentukan dengan bantuan SPSS versi 16 dan nilai r tabel $df = N-2$ dengan taraf signifikansi 5% atau 0.05 yaitu 0.1966. Adapun hasil uji validitas kuesioner dalam penelitian ini disajikan pada tabel berikut:

Table 4.8
Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	<i>Shariah compliance</i> (X1)	X11	688	0.1966	Valid
2		X12	450		Valid
3		X13	776		Valid
4		X14	834		Valid
5		X15	829		Valid
6		X16	636		Valid
7	Nilai nasabah (X2)	X21	915	0.1966	Valid
8		X22	906		Valid
9		X23	871		Valid
10		X24	907		Valid
11	Loyalitas (Y)	Y1	901	0.1966	Valid
12		Y2	837		Valid
13		Y3	842		Valid

14		Y4	813		Valid
----	--	----	-----	--	-------

Sumber: Data primer diolah (2020)

Berdasarkan Tabel 4.8 maka dapat dilihat bahwa alat ukur tersebut valid karena mengikuti ketentuan nilai r hitung $>$ dari r tabel dengan jumlah responden (n) sebanyak 100 orang. Maka seluruh butir pernyataan dari kuesioner tersebut dapat dijadikan alat ukur dan valid dalam penelitian.

4.3.2 Uji Reabilitas

setelah melakukan uji validitas dan telah dapat hasil bahwa seluruh kuesioner valid maka akan dilanjutkan dengan uji reabilitas yang bertujuan untuk melihat kehandalan suatu alat ukur. Reliabel berarti hasil dari pengukuran yang dilakukan lebih dari satu kali menunjukkan hasil yang sama dan dalam kondisi yang sama pula. Dikatakan reliabel apabila nilai *cronbach's alpha* $>$ 0,60. Dalam penelitian ini uji reliabel dilakukan dengan bantuan SPSS versi 16. Adapun hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.9
Hasil Uji Reabilitas

Variabel	<i>Cronbach's alpha</i>	N of item	keterangan
<i>Shariah compliance</i> (X1)	790	6	Realibel
Nilai nasabah (X2)	921	4	Realibel
Loyalitas (Y)	864	4	Realibel

Sumber: Data primer diolah (2020)

Pada Tabel 4.9 dapat dilihat bahwa nilai *cronbach's alpha* untuk setiap variabel lebih besar dari 0,60 dengan jumlah responden (n) = 100. Maka semua variabel sudah terbebas dari uji reliabilitas dan terbukti keandalannya menjadi alat ukur dalam penelitian.

4.4 Uji Asumsi Klasik

4.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk melihat apakah nilai *residual*/ data yang telah dikumpulkan terdistribusi dengan normal atau tidak. Jadi uji normalitas bukan dilakukan pada masing-masing variabel tetapi pada nilai *residual*nya. Dalam penelitian ini uji normalitas dilakukan dengan teknik *Kolmogorof-Smirnof* dengan tingkat signifikansi 5% atau 0,05 menggunakan bantuan SPSS versi 16. Ketentuannya adalah jika nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* > 0,05 maka data dinyatakan berdistribusi normal. Hasil uji normalitas dengan teknik *Kolmogorof-Smirnov* dapat dilihat pada tabel berikut:

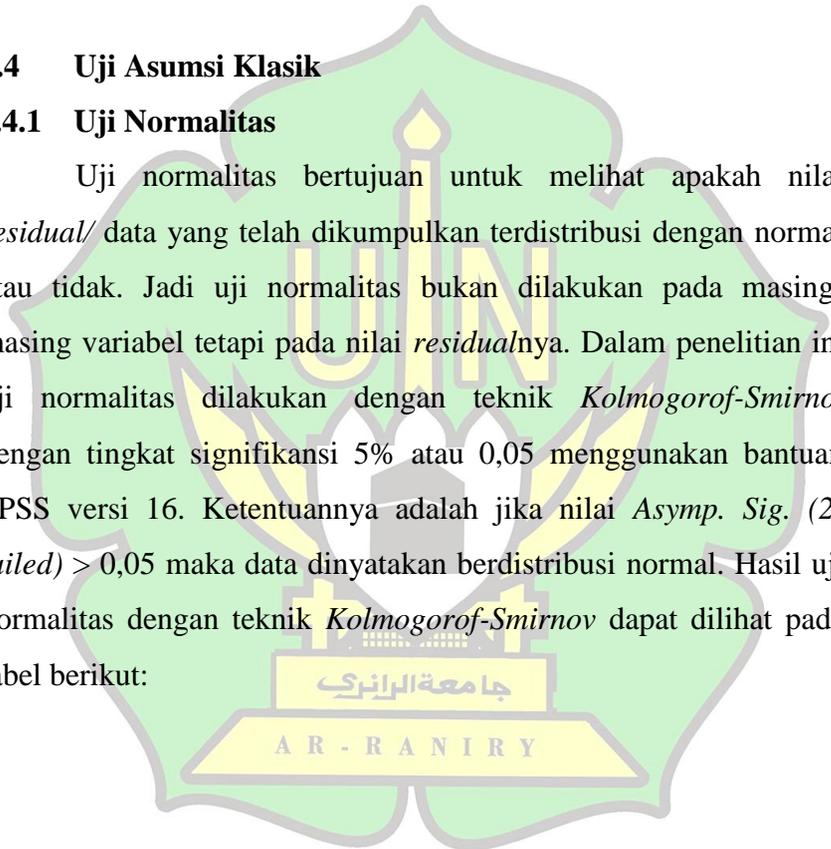


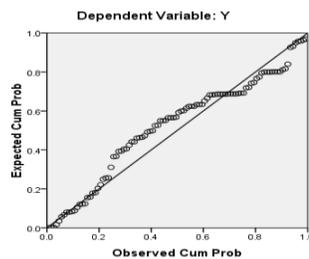
Table 4.10
Hasil Uji Normalitas Teknik Kolmogorof-Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.49915631
Most Extreme Differences	Absolute	.121
	Positive	.101
	Negative	-.121
Kolmogorov-Smirnov Z		1.215
Asymp. Sig. (2-tailed)		.104

Sumber: Data primer diolah (2020)

Berdasarkan Tabel 4.10 maka dapat diketahui bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* = 0,104 > 0,05 dengan jumlah responden (n) = 100. Maka dinyatakan data pada persamaan regresi dalam penelitian ini berdistribusi normal. Uji normalitas juga dapat dilakukan dengan teknik *Normal Probability Plot* dengan ketentuan apabila garis data riil mengikuti garis diagonal maka dinyatakan berdistribusi normal. Hasil uji normalitas teknik *Normal Probability Plot* dapat dilihat pada gambar berikut ini:

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 4.1
Grafik P-Plot Uji Normalitas

Sumber: Data primer diolah (2020)

Berdasarkan Gambar 4.1 dapat dilihat bahwa penyebaran titik-titik atau garis data riil mengikuti garis diagonal sehingga data dinyatakan dalam persamaan regresi berdistribusi normal.

4.4.2 Uji Multikolenieritas

Uji multikolinearitas dilakukan dengan tujuan untuk melihat apakah terdapat korelasi antar variabel bebas (independen) dalam suatu model regresi linier berganda. Persamaan regresi yang baik adalah yang tidak terjadi multikolinieritas. Uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* dan *Tolerance Value* dengan ketentuan apabila nilai apabila $VIF < 10$ atau *Tolerance value* $> 0,10$ maka tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 4.11
Hasil Uji Multikoleniaritas

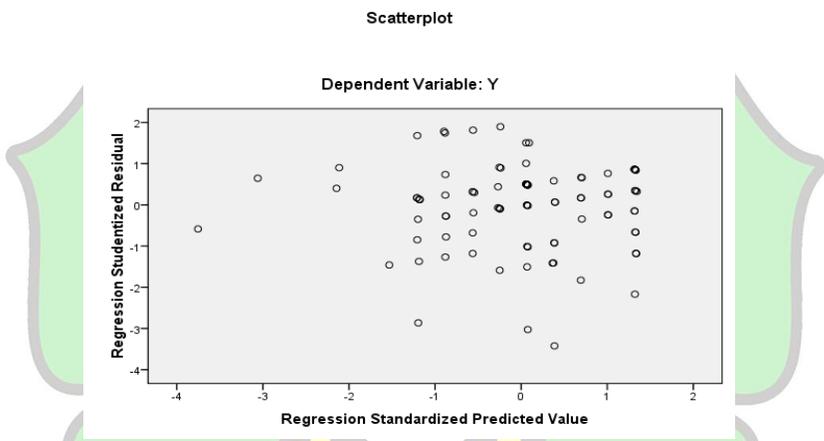
Coefficients		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
X1	.586	1.707
X2	.586	1.707

Sumber: Data primer diolah (2020)

Berdasarkan Tabel 4.11 dapat diketahui bahwa setiap variabel independen memiliki nilai $VIF < 10$ dan *tolerance value* $> 0,10$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian yang dilakukan ini tidak terjadi multikolinearitas antar variable bebas (independen).

4.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah uji yang menilai apakah ada ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi linear. Uji ini merupakan salah satu dari uji asumsi klasik yang harus dilakukan pada regresi linear. Dalam penelitian ini uji heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat grafik *scatter plot* dengan bantuan SPSS versi 16 yang disajikan sebagai berikut:



Gambar 4.2
Grafik Hasil Uji Heteroskedastisitas
 Sumber: Data primer diolah (2020)

Berdasarkan Gambar 4.2 dapat dilihat bahwa tidak terdapat pola yang teratur pada titik-titik pengolahan data tetapi menyebar pada titik origin (angka 0) sehingga dinyatakan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

4.5 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan analisis yang melibatkan beberapa variabel bebas (independen) dengan variabel

terikat atau disebut dengan variabel dependen. Dalam penelitian ini variabel independennya adalah *shariah compliance* (X1) dan nilai nasabah (X2), serta variabel dependennya adalah loyalitas (Y).

4.5.1 Pengujian Hipotesis

4.5.1.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan dengan tujuan untuk melihat seberapa jauh pengaruh variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen) dengan ketentuan bahwa apabila nilai t hitung $>$ t tabel maka dinyatakan variabel bebas (independen) berpengaruh secara signifikan atas variabel terikat (dependen). Kemudian dengan melihat Nilai signifikansinya (Sig.), apabila Sig. $<$ 0,05 maka variabel bebas dinyatakan berpengaruh secara signifikan atas variabel terikat.

Nilai t tabel pada penelitian ini sebesar 1.984, adapun nilai terperinci dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.12
Hasil Uji Parsial (Uji t)
***Shariah Compliance* dan Nilai Nasabah Terhadap Loyalitas**

Model	Unstandardized coefficients	Standardized coefficients	Beta	T
	B	Std. Error		
1 (Constant)	.482	.366		1.318
X1	-.015	.115	-.011	-.132
X2	.834	.083	.802	9.986

Sumber: Data primer diolah (2020)

Berdasarkan Tabel 4.12 dapat disimpulkan hasil uji parsial (uji t) yang dibantu dengan SPSS versi 16 sebagai berikut:

1. Variabel *shariah compliance* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah karena $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $-1.132 < 1.984$ dan $sig. > 0,05$.
2. Variabel nilai nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $9,986 > 1,984$ dan $sig. < 0,05$ yaitu $0,000 < 0,05$.

4.5.1.2 Uji Simultan (Uji f)

Uji F dilakukan dengan tujuan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen dengan ketentuan apabila nilai F hitung $> F_{tabel}$ maka variabel independen secara bersama-sama dinyatakan berpengaruh signifikan atas variabel dependen. Kemudian dengan melihat nilai signifikansinya (Sig.), apabila nilai Sig. $< 0,05$ maka variabel bebas secara bersama-sama dinyatakan berpengaruh signifikan atas variabel terikat. F tabel pada penelitian ini adalah sebesar 3.09. Adapun hasil uji F dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.13
Hasil Uji Simultan (Uji F)
***Shariah Compliance* dan Nilai Nasabah Terhadap Loyalitas**

Model	Sum Of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	42.548	2	21.274	83.660	.000 ^a
Residual	24.667	97	.254		
Total	67.215	99			

Sumber: Data primer diolah (2020)

Berdasarkan Tabel 4.13 hasil Uji F dapat disimpulkan bahwa variabel bebas (independen) secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat (dependen), karena hasil yang diperoleh adalah nilai sig. < 0,05 yaitu $0,000 < 0,05$ atau $f \text{ hitung} > f \text{ tabel}$ yaitu $83,660 > 3,09$.

4.5.1.3 Uji Koefisien Determinasi (*R Square*)

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk menghitung besarnya pengaruh variabel bebas (independen) terhadap variabel terikat (dependen) yaitu dengan menghitung seberapa besar pengaruh *shariah compliance* dan nilai nasabah terhadap loyalitas. Adapun nilai *R square* dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.14
Hasil Uji Koefisien Determinasi
***Shariah Compliance* dan Nilai Nasabah Terhadap Loyalitas**
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.796 ^a	.633	.625	.50428

Sumber: Data primer diolah (2020)

Berdasarkan Tabel 4.14 didapatkan hasil bahwa nilai *R square* sebesar 0,633 maka dapat diketahui 63,3% variabel *shariah compliance* dan nilai nasabah mempengaruhi loyalitas. Sedangkan sisanya sebesar 36,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Adapun variable lain seperti Reputasi Perusahaan dan Kepercayaan Nasabah.

4.6 Pembahasan Hasil Uji Hipotesis

1. Pengaruh *shariah compliance* terhadap loyalitas

Variabel *shariah compliance* terhadap loyalitas secara langsung $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $-0.132 < 1.984$ dan nilai $sig. > 0,05$. Hal tersebut menyatakan bahwa *shariah compliance* tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah Bank Aceh, Maka H1 *shariah compliance* berpengaruh terhadap loyalitas nasabah ditolak.

Adapun terkait hasil penelitian yang penulis lakukan adalah memperkuat beberapa penelitian sebelumnya yang mengatakan bahwa *syariah compliance* tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah bank syariah, seperti halnya hasil penelitian Oktaviani dan Rachmawati (2019) tentang persepsi nasabah tentang kepatuhan syariah dan *good corporate governanve* terhadap loyalitas nasabah bahwa secara parsial variabel kepatuhan syariah tidak berpengaruh terhadap variabel loyalitas nasabah. Fatimah juga menyebutkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara *shariah compliance* terhadap loyalitas nasabah pada nasabah.

Kepatuhan bank syariah terhadap prinsip syariah tidak secara otomatis dapat mempengaruhi loyalitas nasabah dan *shariah compliance* masih membutuhkan

variable-variabel lain untuk memediasi hubungan antara *shariah compliance* terhadap loyalitas nasabah. Hal ini dapat disebabkan oleh pemilihan sampel secara acak, sehingga tidak semua nasabah memiliki pengetahuan tentang kepatuhan syariah dan ketidakpedulian terhadap prinsip syariah yang diterapkan pada bank syariah. Sehingga mereka kurang memperhatikan hal tersebut dalam menggunakan produk-produk dari bank syariah dan lebih cenderung memilih menggunakan Bank Aceh berdasarkan referensi orang lain dan nilai-nilai lainnya.

2. Pengaruh nilai nasabah terhadap loyalitas

Nilai koefisien nilai nasabah terhadap loyalitas nasabah secara langsung t hitung $> t$ tabel yaitu $9,986 > 1,984$ dengan nilai sig. < 0.05 yaitu $0,000 < 0,05$. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Aceh. Maka H_2 nilai nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah diterima. Hal ini diperkuat dengan penelitian sebelumnya oleh Supriyadi dan Sof'an bahwa nilai nasabah memiliki pengaruh terhadap loyalitas nasabah, karena semakin tinggi tingkat nilai nasabah yang diterima para nasabah, maka semakin tinggi juga tingkat loyalitas nasabah. Willy (2015) juga menyebutkan bahwa nilai

nasabah berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Nasabah akan menggunakan produk secara terus menerus karena mempunyai keuntungan yang tinggi sehingga meningkatkan loyalitas nasabah.

3. Pengaruh *shariah compliance* dan nilai nasabah secara bersama-sama terhadap loyalitas nasabah

Hasil yang diperoleh adalah nilai sig. $< 0,05$ yaitu $0,000 < 0,05$ atau f hitung $> f$ tabel yaitu $83,660 > 3,09$. Maka dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa *shariah compliance* dan nilai nasabah secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah pada Bank Aceh. Maka H_3 *shariah compliance* dan nilai nasabah secara bersamaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pada Bank Aceh diterima.

Adapun seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa *shariah compliance* tidak berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah, namun *shariah compliance* akan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah apabila terdapat variabel lain yang memediasi seperti nilai nasabah.

Tabel 4.15
Hasil Uji Hipotesis

No	Hipotesis	Keterangan	Hasil
1	H1	<i>Shariah compliance</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Aceh Syariah.	Ditolak
2	H2	Nilai nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Aceh Syariah	Diterima
3	H3	<i>Shariah compliance</i> dan nilai nasabah secara bersamaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pada Bank Aceh Syariah.	Diterima

Sumber: Data primer diolah (2020)



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu:

1. Variabel *shariah compliance* terhadap loyalitas berdasarkan hasil pengujian dinyatakan bahwa *shariah compliance* tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Aceh. Hal ini disebabkan nasabah yang tidak memiliki pengetahuan tentang kepatuhan syariah dan ketidakpedulian terhadap prinsip syariah yang diterapkan pada Bank Aceh. Sehingga mereka kurang memperhatikan hal tersebut dalam menggunakan produk-produk dari bank syariah dan lebih cenderung memilih menggunakan Bank Aceh berdasarkan referensi orang lain dan nilai-nilai lainnya.
2. Nilai koefisien nilai nasabah terhadap loyalitas berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai nasabah berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah Bank Aceh. Hal itu dinilai penting karena dapat mempengaruhi keputusan nasabah. Banyak nasabah Bank Aceh yang setuju dengan pernyataan sehingga didapatkan hasil yang positif.
3. *Shariah compliance* dan nilai nasabah berdasarkan hasil pengujian secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap

loyalitas nasabah pada Bank Aceh. *Shariah compliance* dan nilai nasabah secara bersamaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pada Bank Aceh.

5.2 Saran

Berdasarkan beberapa kesimpulan yang telah didapat pada pembahasan sebelumnya, maka peneliti memberikan saran kepada pihak Bank Aceh dan peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji tentang pembahasan yang sama dengan penelitian ini:

1. Bank Aceh harus terus menjalankan segala aktivitas operasional sesuai dengan prinsip-prinsip syariah, karena hal itu juga melambangkan perbedaan utama antara bank syariah dan bank konvensional, dan terus menciptakan suasana yang diinginkan oleh nasabah yang membuat nasabah nyaman yang terus loyal kepada Bank Aceh dan terus mengembangkan juga mengoptimalkan produk-produk yang memang dibutuhkan oleh nasabah, sehingga dapat tercapainya visi dan misi. Seperti visi dari Bank Aceh “Menjadi Bank Syariah Terdepan dan Terpercaya dalam pelayanan di Indonesia”.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat terus mengembangkan penelitian yang akan diteliti dengan menambahkan variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah serta menggunakan berbagai metode lain yang dapat memberikan pengetahuan yang lebih luas tentang penelitian ini. Pada penelitian ini peneliti memakai *variabel syariah compliance* sebagai X1

(independen), nilai nasabah sebagai X2 (independen), dan Loyalitas sebagai Y (dependen). Adapun beberapa variabel yang dapat ditambahkan oleh peneliti selanjutnya seperti kepercayaan nasabah, reputasi perusahaan dan lain sebagainya.



DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an Terjemahan, *Al-Jumanatul 'ali al-qur'an dan Terjemahan*.
- Aan. Zainul Anwar dan M Yunies Edward. (2016). *Analisis Shariah Compliance Pembiayaan Murabahah Pada Gabungan Koperasi BMT Mitra Se-Kabupaten Jepara*. Jurnal 3rd University Research Colloquium.
- Ahmad, Al-Amien. (tt). *Jual Beli Kredit Bagaimana Hukumnya ?*. Gema Insani Press.
- Ajhari, Abdul Aziz. Dkk. (2019). *Jalan Menggapai Ridho Ilahi*. Cetakan. 1, Bandung, Bahasa Dan Sastra Arab. Alfianika, Ninit. (2018). *Buku Ajar Metode Penelitian Pengajar Bahasa Indonesia*. Edisi. 1, Cetakan. 1. Yogyakarta: Deepublish.
- Andini, Prita Yustina. (2016). *Pengaruh Shariah Compliance (Kepatuhan Shariah) Dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah PT. BPRS Lantabur Tebuireng Cab. Mojokerto*. Surabaya.
- Ansofino,. (2016). *Buku Ajar Ekonometrika*. Cetakan. 1, Edisi. 1. Yogyakarta: Deepublish.
- Ansori. (2001). *Pengungkapan Shariah Compliance Dan Kepatuhan Bank Syariah Terhadap Prinsip Shari'ah Jurnal Dinamika Akuntansi*, Vol.3, Nomor. 2.
- Antonio, Muhammad Syafii. (2001). *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani dan Tazkia Institute.
- Anwar, Muchammad Nuril. (2018). *Analisis Sharia Compliance Pada Mekanisme Pembiayaan KPR (Kepemilikan Rumah) Di Bank Syariah Bukopin Kantor Cabang Sidoarjo*.

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. Progam Studi Ekonomi Syariah. Surabaya.

- Arikunto, Suharsimi. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pedekatan Praktek*. Jakarta. Rineka Cipta.
- Ascarya. (2015). *Akad Dan Produk Bank Syariah*. Edisi. 1, Cetakan 5. Jakarta : Rajawali Pers.
- Asep ST Sujana. (2012). *Manajemen Minimarket*. Cetakan. 1. Jakarta: Raih Asa Sukses.
- Bahri, Syamsul dan Zamzam. (2014). *Model Penelitian Kuantitatif Berbasis SEM-Amos*. Ed. 1, Cetakan. 1. Yogyakarta: Deepublish.
- Budiman, Fajar. (2017). *Pengaruh Syariah Comlianec Dan Islamic Corporate Governance Terhadap Kinerja Keuangan Bank Umum Syariahdi Indonesia Periode 2012-2016*. Jurusan Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Islam Negeri Syariah Hidayatullah. Jakarta.
- Bungin, Burhan. (2013). *Metodologi Penelitian Sosial Dan Ekonomi: Format-Format Kualitatif Dan Kuantitatif Untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Public, Komunikasi, Manajemen, Dan Pemasaran*. Jakarta: Prenadamedia Grup.
- <https://cerdasco.com/lingkungan-makro/> diakses pada 23 juli 2020.
- Dahlan, Dahnila. (2018). *Bank Zakat: Pengelolaan Zakat Dengan Konsep Bank Sosial Berdasarkan Prinsip Syariah* , Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam, Vol. 4, No. 2, Juli – Desember.
- DSN MUI. (2003). *Himpunan Fatwa Syariah Nasional Edisi 2*. Jakarta: DSN_MUI dan Bank Indonesia

- Duli, Nikolaus. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi Dan Analisis Data Dengan Spss*. Yogyakarta: Deepublish.
- Fajri, Ismail. (2008). *Statistika : Untuk Penelitian Pendidikan Dan Ilmu-Ilmu Sosial*. Cetakan. 1 Jakarta: Kencana.
- Fatimah, Zulfa. (2019). Analisis Pengaruh Shariah Compliance, Reputasi Perusahaan Dan Kepercayaan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Kasus Di Bank Syariah Mandiri KCP. Boyolali) Progam Studi S1 Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institute Agama Islam Negeri Salatiga.
- Fergiawan, danar. (2016). *Pengaruh nilai nasabah terhadap loyalitas nasabah bank syariah mandiri kantor cabang Surakarta*. Surakartas.
- Firmansyah, M. Anang. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap Dan Pemasaran)*. Cetakan. 1 Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Ghozali Imam. (2008). *Structural Equation Modelling Metoded Alternative Dengan Partial Least Square*. Ed. 2. Semarang : Universitas.
- Henny,Rahayu.https://www.academia.edu/8524184/Defenisi_Lembaga_Keuangan_Syariah. Diakses Pada Tanggal 20 September 2019.
- Hermawan, asep. (2005). *Penelitian bisnis: paradigma kuantitatif*. Jakarta: Gramedia.
- <http://www.dakwatuna.com/2017/10/10/89016/menjaga-sharia-compliance-di-dunia-perbankan-syariah-itu-sangat-penting/#ixzz5h4p911fx>. (Eti Rohmawati, STEI SEBI). Diakses Pada Tanggal 03 Maret 2019.
- [http://www.bps.go.id\(2010\).https://sp2010.bps.go.id/index.php/site/tabel?tid=321&wid=0](http://www.bps.go.id(2010).https://sp2010.bps.go.id/index.php/site/tabel?tid=321&wid=0). Diakses Pada Tanggal 12 Januari 2019.

- Iskawanto dan Muchin Sagaf. (2015). *Pengaruh Nilai Nasabah, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Hubungan Terhadap Kepuasan Nasabah Serta Implikasinya Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah*. Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya Vol. 13, No. 2. Page 199-216.
- Junaedi. (2015). *Loyalitas Pelanggan Pemasangan Iklan Televisi Dalam Cara Tembang Pantura*. Cetakan.1. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Khan. N Khadir. (2011). *The Impact Of Perceived Value Dimension On Satisfaction And Behaviour Intention: Young-Adult Consumers In Banking Industry*. African Journal of Business Management Vol. 5 (11), Pp. 4087-4099.
- Laksana, Fajar. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- [Http://Www.Bankaceh.Co.Id/?P=3654](http://www.bankaceh.co.id/?p=3654). Diakses Pada 28 Februari 2020.
- Mardani. (2016). *Fiqh Ekonomi Syariah*. Jakarta: Kencana.
- Mardian, Sepky. Martasari Iaila. (2015). *Persepsi Masyarakat Terhadap Penerapan Shariah Compliance Pada Bank Syariah Di Kecamatan Barabai*. Jurnal Dinamika Akuntansi dan Bisnis). Vol. 2, No. 1. Sekolah Tinggi Ekonomi Islam Sebi hlm. 45-58.
- Mulazid. (2016). *Pelaksanaan Shariah Compliance Pada Bank Syariah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri)*. Jakarta.
- Mulyono. (2018). *Berprestasi Melalui FjP Ayo Kumpulkan Angka Kreditmu*. Edisi. 1, Cetakan. 1, Yogyakarta. Deepublish.
- Nopriansyah, Waldi.(2019). *Hukum Bisnis Di Indonesia Dilengkapi Dengan Hukum Bisnis Dalam Perspektif Syariah*. Cetakan. 1. Jakarta: Kencana.

- Nuradilah, Asma. (2019). <https://www.kompasiana.com/asmaena/5d64cd38097f36733e46d7e4/tugas-sharia-compliance-pada-bank-syariah>. Diakses Pada 30 Januari 2020.
- Nurhisam, Luqman. (2016). *Kepatuhan Syariah (Shariah Compliance) Dalam Industry Keuangan Syariah*. Jurnal Hukum Ius Quia Iustum Vol. 1, No. 23. Page 77-96
- Oktaviani, Atika dan Lucky Rachmawati. 2019. Kepatuhan Syariah dan Good Corporate Governance Terhadap Loyalitas Nasabah BNI Syariah Kantor Cabang Surabaya. Jurnal Ekonomi Islam Volume 02 Nomor 02. Page 162-169.
- Rizan, M. Warokka, A. dan Listiyawati, D. (2014). *Loyalty: Do Customer Satisfaction And Customer Trust Really Serve As Intervening Variabels*. Journal Of Marketing Research And Case Studies.
- Rohman, Fatchur. (2012). *Peran Faktor Situasional Dan Perilaku Pembelian Impulsif*. Cetakan. 1. Malang: UB Press.
- Romlah, Siti. (2018). Kinerja DPS Pada Lembaga Keuangan Syariah di Indonesia <https://www.kompasiana.com/romlahsiti/5c15e1306ddcae17fe1099a7/kinerja-dps-pada-lembaga-keuangan-syariah-di-indonesia?page=all>. Diakses Pada 31 Januari 2020.
- Sariati. (2018) . *Persepsi Nasabah Terhadap Image Produk Pembiayaan Pasca Konversi Bank Aceh (Studi: Pt. Bank Aceh Syaiah Capem Darussalam)*. Banda Aceh
- Sholihin, Ahmad Ifham. (2013). *Buku Pintar Ekonomi Syariah*". Gramedia Pustaka Utama.

- Siagian, Dergibson dan Sugiarto. (2006). *Metode Statistika Untuk Bisnis Dan Ekonomi*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Siregar, Syofian. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual & SPSS*. Cetakan. 4, Jakarta, Kencana.
- Sudarso. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan (Dilengkapi Dengan Hasil Riset Pada Hotel Berbintang Di Sumatera Utara)*. Edisi. 1, Cetakan. 1 (Yogyakarta: Deepublish).
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis : Pendekatan Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*. Bandung. Alfabeta.
- _____. (2014). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D)*. Cetakan. 18. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. (2009). *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: ANDI.
- Supriyadi. Mohammad Sof'an. (2016). *Pengaruh Nilai Nasabah, Kualitas Produk, Kualitas Jasa Syariah Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Syariah Mandiri Kudus*. EQUILIBRIUM: Jurnal Ekonomi Syariah Volume 4, Nomor 2. Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Kudus, Jawa Tengah.
- Suryati, Lili. (2015). *Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*. Cetakan. 1. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Sutedi, Adrian. (2009). *Perbakan Syariah: Tinjauan Dan Beberapa Segi Hukum*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Tjiptono, Fandy. (2011). *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia Publishing.

Umam, Khotibul. (2015). *Urgensi Standarisasi Dewan Pengawas Syariah Dalam Meningkatkan Kualitas Audit Kepatuhan Syariah*. Panggung Hukum, Vol. 1, No. 2.

Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas

Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah.

Wagiran. (2013). *Metodologi Penelitian Pendidikan: Teori Dan Implementasi*. Cetakan. 1. Yogyakarta: Deepublish.

Wati,Lina Asmara. Prymyastanto. (2018). *Ekonomi Produksi Perikanan Dan Kelautan Modern Teori dan Aplikasinya*. Malang: UB press.

Widigdo AMN, Marimin, Fahmi I, Beik IS. *Bussiness Process Reengineering Of Funding On Indonesia's Islamic Bank*. Al-Istishod: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah 8 (1): 19-32.

Wijaya, Hendri, Beik IS Dan Sartono Bagus. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Perbankan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah XYZ Di Jakarta. Vol. 3 No. 3.

Willy, Risna Pramudita. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, Dan Hambatan Pindah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bpr Bank Bantul. *Progam Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta*.

LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth.

Para responden (nasabah PT Bank X)

di Tempat

Asslamualaiakun Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian tugas akhir (skripsi) pada Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, maka saya

Nama : Cut Ayu Hafrida

Nim : 150603259

Judul Penelitian : **Pengaruh *Shariah Compliance* dan Nilai Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Aceh Syariah**

Memohon dengan hormat kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi Kuesioner Penelitian ini. Peran serta Bapak/Ibu/Saudara/i akan sangat bermanfaat bagi keberhasilan penelitian yang dilaksanakan. Data yang diperoleh nantinya hanya akan digunakan untuk keperluan penelitian dan dijaga kerahasiaannya.

Atas kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk menjawab pernyataan pada kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Hormat Saya

Cut Ayu Hafrida



KUESIONER PENELITIAN

Petunjuk pengisian responden

1. Tulislah identitas anda terlebih dahulu pada kolom yang telah disediakan.
2. Isilah dengan jawaban yang paling tepat dan sesuai dengan keadaan anda dengan memberikan ceklis (√) pada kolom jawaban dari pertanyaan dibawah ini.

Keterangan:

- SS : sangat setuju
 S : setuju
 RG : ragu-ragu
 TS : tidak setuju
 STS : sangat tidak setuju

A. IDENTITAS

1. Nama :
(tidak wajib diisi)
2. Agama :
3. Jenis kelamin : laki-laki
perempuan
4. Pendidikan terakhir :
SD SMP SMA D3 S1 S2 S3
5. Usia :

Shariah Compliance (X1)

No	Pernyataan	SS	S	RG	TS	STS
1	Bank Aceh Syariah tidak menggunakan sistem bunga sehingga transaksinya bebas riba					
2	Bank Aceh Syariah menjelaskan segala aktivitasnya dengan jelas dan pasti, seperti persen bagi hasil dan persen pembayaran					
3	Saya tidak menemukan transaksi yang bersifat spekulasi ataupun perjudian di Bank Aceh Syariah					
4	Bank Aceh Syariah hanya melakukan bisnis yang berbasis pada keuntungan yang halal					
5	Bank Aceh Syariah menjaga amanah yang dipercayakan oleh nasabah kepada Bank Aceh Syariah					
6	Selain sebagai penerima dan penyaluran dana Bank Aceh Syariah juga bekerja sama dengan lembaga penyaluran zakat, infaq, dan shadaqah					

Nilai nasabah (X2)

No	Pernyataan	SS	S	RG	TS	STS
1	Saya senang menggunakan produk Bank Aceh Syariah					
2	Saya merasa produk yang diberikan oleh Bank Aceh Syariah sesuai dengan kebutuhan saya					

3	Saya merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh Bank Aceh Syariah					
4	Saya merasa bangga menggunakan produk Bank Aceh Syariah					

Loyalitas (Y)

No	Pernyataan	SS	S	RG	TS	STS
1	Saya akan terus menggunakan produk secara berkesinambungan di Bank Aceh Syariah					
2	Saya merekomendasikan kepada teman/kerabat untuk menjadi nasabah di Bank Aceh Syariah					
3	Saya memberitahukan kepada teman / kerabat tentang keuntungan yang saya dapatkan menggunakan produk Bank Aceh Syariah					
4	Saya tidak terpengaruh dengan produk bank lain meskipun lebih menguntungkan					

Lampiran 2: Jawaban Responden

1. Variabel *Sharia Compliance*

Responden	<i>Sharia Compliance</i>						Total X1
	X11	X12	X13	X14	X15	X16	
1	3	4	4	4	4	4	23
2	4	4	4	4	4	4	24
3	5	4	5	5	5	5	29
4	4	4	4	4	4	4	24
5	5	3	4	4	4	3	23
6	3	4	4	3	4	4	22
7	1	1	2	1	1	5	11
8	3	3	3	3	3	3	18
9	2	4	3	5	5	5	24
10	5	5	5	5	5	5	30
11	3	4	2	4	5	4	22
12	4	4	4	4	3	4	23
13	3	4	3	4	4	4	22
14	4	4	4	5	5	5	27
15	5	5	5	5	5	5	30
16	4	4	4	4	4	3	23
17	3	4	3	3	4	4	21
18	3	5	5	5	5	5	28
19	5	4	5	4	5	4	27
20	4	4	3	4	4	4	23
21	3	4	3	4	4	4	22
22	5	5	5	5	5	5	30
23	3	4	3	4	3	5	22
24	4	3	4	4	4	4	23
25	4	4	4	4	4	4	24
26	5	5	3	5	4	5	27
27	5	4	5	5	4	4	27
28	4	4	5	4	4	4	25

29	4	4	4	4	4	4	24
30	4	4	4	4	4	4	24
31	5	3	5	4	4	4	25
32	5	5	5	5	5	5	30
33	5	1	5	5	5	5	26
34	5	3	4	4	4	2	22
35	3	4	4	5	5	5	26
36	5	3	5	5	4	5	27
37	5	4	4	4	4	5	26
38	5	5	4	5	4	5	28
39	4	5	4	4	4	5	26
40	3	3	3	3	3	3	18
41	4	3	4	3	4	3	21
42	5	3	4	4	4	5	25
43	3	4	5	5	5	5	27
44	5	3	4	5	5	5	27
45	5	3	5	5	5	3	26
46	4	3	4	4	4	4	23
47	3	3	4	4	4	4	22
48	3	3	3	2	4	5	20
49	5	4	4	4	4	4	25
50	4	4	2	4	4	4	22
51	5	3	5	5	4	5	27
52	4	4	4	4	4	4	24
53	4	3	3	5	5	5	25
54	5	4	5	5	5	5	29
55	5	4	5	4	4	4	26
56	4	4	4	3	4	5	24
57	4	3	4	4	4	4	23
58	3	3	4	4	5	5	24
59	5	3	5	5	5	5	28
60	4	5	4	4	4	4	25
61	5	4	4	4	4	5	26

62	3	3	2	2	2	1	13
63	4	4	5	5	5	5	28
64	5	5	5	5	5	5	30
65	5	5	5	5	5	5	30
66	4	3	4	4	4	4	23
67	4	3	3	4	3	4	21
68	3	5	3	3	3	4	21
69	5	4	5	5	5	5	29
70	5	4	5	4	4	5	27
71	3	4	3	3	3	3	19
72	3	3	3	3	3	3	18
73	5	5	5	5	5	4	29
74	5	4	5	5	5	5	29
75	5	4	4	5	4	5	27
76	3	5	4	4	4	4	24
77	5	3	4	4	4	5	25
78	5	4	3	3	5	5	25
79	5	4	4	5	5	5	28
80	5	4	2	3	3	1	18
81	4	3	4	4	4	4	23
82	4	5	4	3	4	5	25
83	4	1	5	5	4	5	24
84	4	4	4	4	4	4	24
85	5	4	5	5	4	4	27
86	4	4	3	4	4	4	23
87	4	4	3	4	4	4	23
88	5	4	5	5	5	5	29
89	4	5	4	4	4	4	25
90	3	3	4	4	3	4	21
91	3	3	5	5	4	4	24
92	3	4	3	5	4	3	22
93	4	4	4	4	4	4	24
94	5	3	5	5	5	5	28

95	4	3	5	5	5	4	27
96	4	4	5	5	5	5	28
97	4	3	4	4	4	3	22
98	4	3	5	4	5	5	26
99	4	4	5	5	5	4	27
100	5	5	5	5	5	5	30

2. Variabel Nilai Nasabah

Responden	Nilai Nasabah				Total X2
	X21	X22	X23	X24	
1	4	4	3	3	14
2	4	4	4	4	16
3	4	4	3	4	15
4	4	4	4	4	16
5	3	3	4	4	14
6	4	4	4	4	16
7	1	1	3	1	6
8	3	3	3	3	12
9	4	4	3	4	15
10	5	5	5	5	20
11	5	4	4	3	16
12	3	4	3	3	16
13	4	4	4	4	16
14	5	4	5	5	19
15	5	5	5	5	20
16	4	4	3	3	14
17	3	4	3	3	13
18	5	5	5	5	20
19	5	4	4	4	17
20	4	4	4	3	15
21	4	4	4	4	16
22	5	5	3	4	17

23	4	4	5	4	17
24	3	3	4	3	16
25	4	4	4	4	16
26	4	5	5	4	18
27	3	4	3	3	16
28	4	4	4	4	16
29	4	4	4	4	16
30	4	4	4	4	16
31	3	3	3	3	12
32	5	5	5	5	20
33	1	1	1	1	4
34	5	3	4	4	16
35	5	4	4	4	17
36	4	3	4	5	16
37	4	4	4	4	16
38	5	5	4	5	19
39	5	5	5	5	20
40	3	3	3	3	12
41	4	3	3	4	14
42	4	3	4	4	15
43	4	4	4	4	16
44	3	3	3	2	11
45	3	3	3	3	12
46	4	3	4	3	14
47	3	3	3	3	12
48	3	3	3	3	12
49	4	4	4	4	16
50	4	4	4	3	15
51	4	4	4	4	16
52	4	4	3	2	13
53	5	3	4	3	15
54	5	5	5	5	20

55	3	3	3	3	12
56	4	4	5	4	17
57	5	5	5	5	20
58	5	4	4	5	18
59	5	5	5	5	20
60	4	4	4	4	16
61	5	5	5	5	20
62	3	2	2	2	9
63	5	5	5	5	20
64	5	5	5	5	20
65	5	5	5	5	20
66	3	3	3	4	13
67	4	4	3	4	15
68	2	2	3	2	9
69	5	5	5	5	20
70	5	5	4	4	18
71	3	3	3	3	12
72	4	3	3	4	14
73	4	4	4	3	15
74	5	5	5	5	20
75	5	5	5	5	20
76	4	4	5	4	17
77	4	4	4	4	16
78	5	5	5	5	20
89	5	5	4	5	19
80	5	4	3	4	16
81	4	4	4	5	17
82	3	3	3	3	12
83	4	4	5	5	18
84	4	4	4	4	16
85	5	5	5	4	19
86	4	4	3	5	16

87	3	3	3	3	12
88	5	5	5	5	20
89	4	4	4	4	16
90	3	3	3	4	13
91	4	4	3	4	15
92	4	2	3	4	13
93	4	4	4	4	16
94	5	5	5	5	20
95	5	4	5	4	18
96	5	4	5	5	19
97	4	3	3	4	14
98	4	4	5	5	18
99	4	4	4	4	16
100	5	5	5	5	20

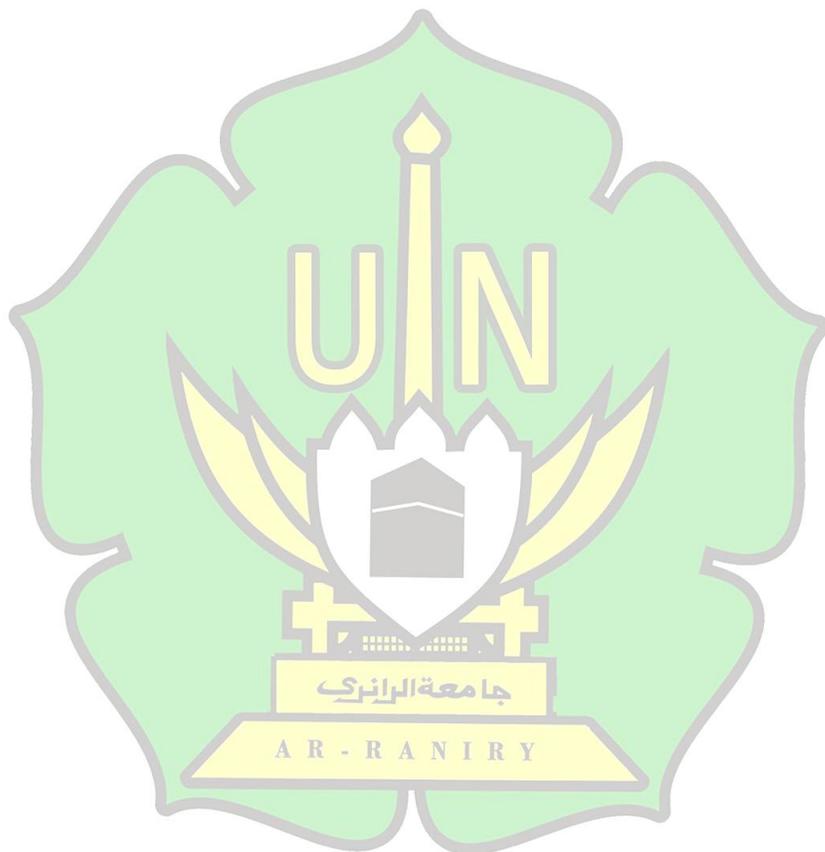
3. Variabel Loyalitas

Responden	Loyalitas				Total Y
	Y1	Y2	Y3	Y4	
1	4	4	3	1	12
2	4	4	4	4	16
3	4	4	3	3	14
4	4	3	3	3	13
5	3	5	3	3	14
6	4	4	4	4	16
7	1	1	5	1	8
8	3	3	3	3	12
9	3	4	2	2	11
10	5	5	5	5	20
11	4	4	4	1	13
12	3	3	4	3	13
13	3	4	4	4	15
14	4	5	4	5	18
15	5	4	5	4	18
16	3	4	4	3	14

17	3	3	3	3	12
18	5	5	4	5	19
19	4	4	4	1	13
20	4	3	4	3	14
21	2	2	2	3	9
22	3	3	4	3	13
23	4	4	4	4	16
24	3	4	4	3	14
25	4	4	4	3	15
26	4	4	5	4	17
27	4	4	4	4	16
28	4	4	4	3	15
29	3	3	3	3	12
30	4	4	4	4	16
31	4	3	4	4	15
32	5	5	5	5	20
33	1	1	1	1	4
34	4	4	4	4	16
35	5	5	4	3	17
36	4	5	4	3	16
37	4	4	4	4	16
38	5	5	4	5	19
39	4	4	4	4	16
40	3	3	3	3	12
41	4	4	3	2	13
42	5	4	4	3	16
43	4	5	5	4	18
44	2	2	2	2	8
45	3	3	3	3	12
46	3	4	3	1	11
47	1	1	1	3	6
48	2	3	2	2	9
49	4	4	4	4	16
50	4	4	5	5	18
51	5	4	4	4	17
52	4	4	4	4	16
53	3	4	5	2	14
54	5	5	5	5	20
55	3	3	3	3	12

56	4	3	4	3	14
57	5	5	5	4	19
58	4	4	4	4	16
59	5	5	5	4	19
60	4	4	4	4	16
61	5	5	5	5	20
62	3	2	3	3	11
63	5	5	5	4	19
64	5	5	5	5	20
65	4	4	5	5	18
66	3	3	3	1	10
67	4	4	4	4	16
68	2	3	3	2	10
69	3	4	4	3	14
70	4	4	3	2	13
71	3	3	3	3	12
72	3	4	3	4	14
73	3	4	4	4	15
74	5	5	5	5	20
75	4	5	4	4	17
76	2	2	2	3	9
77	4	4	4	4	16
78	4	4	4	4	16
79	5	3	5	4	17
80	4	4	5	5	18
81	4	4	4	4	16
82	2	3	3	2	10
83	4	5	4	5	18
84	4	4	4	4	16
85	4	4	4	5	17
86	4	5	3	4	16
87	3	3	3	2	11
88	5	5	5	5	20
89	4	4	4	4	16
90	3	3	3	2	11
91	4	4	4	2	14
92	3	5	3	1	12
93	4	4	4	4	16
94	4	5	5	3	17

95	5	4	5	4	18
96	4	5	5	4	18
97	5	4	4	4	17
98	4	4	4	5	17
99	4	4	4	4	16
100	5	5	5	5	20



Lampiran 3 : uji validitas

1. Variabel *shariah compliance*

Correlations

		X11	X12	X13	X14	X15	X15	X1
Bank Aceh Syariah tidak menggunakan sistem bunga sehingga transaksi bebas riba	Pearson Correlation	1	.176	.539**	.501**	.450**	.200*	.688**
	Sig. (2-tailed)		.080	.000	.000	.000	.046	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Bank Aceh Syariah menjelaskan segala aktivitasnya dengan jelas dan pasti, seperti persen bagi hasil dan persen pembayaran	Pearson Correlation	.176	1	.084	.221*	.274**	.137	.450**
	Sig. (2-tailed)	.080		.406	.027	.006	.173	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Saya tidak menemukan transaksi yang bersifat spekulasi ataupun perjudian di Bank Aceh Syariah	Pearson Correlation	.539**	.084	1	.647**	.577**	.403**	.776**
	Sig. (2-tailed)	.000	.406	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Bank Aceh Syariah hanya melakukan bisnis	Pearson Correlation	.501**	.221*	.647**	1	.729**	.434**	.834**
	Sig. (2-tailed)	.000	.027	.000		.000	.000	.000

yang berbasis pada keuntungan yang halal	N							
		100	100	100	100	100	100	100
Bank Aceh Syariah menjaga amanah yang dipercayakan oleh nasabah kepada Bank Aceh Syariah	Pearson Correlation	.450**	.274**	.577**	.729**	1	.506**	.829**
	Sig. (2-tailed)	.000	.006	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Selain Sebagai penerima dan penyaluran dana Bank Aceh Syariah juga bekerja sama dengan lembaga penyaluran zakat, infaq dan sedekah	Pearson Correlation	.200*	.137	.403**	.434**	.506**	1	.636**
	Sig. (2-tailed)	.046	.173	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1	Pearson Correlation	.688**	.450**	.776**	.834**	.829**	.636**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

2. Variabel nasabah

Correlations

		X21	X22	X23	X24	X2
Saya senang menggunakan produk Bank Aceh Syariah	Pearson Correlation	1	.815**	.701**	.781**	.915**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Saya merasa produk yang diberikan oleh Bank Aceh Syariah sesuai dengan kebutuhan saya	Pearson Correlation	.815**	1	.707**	.739**	.906**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Saya merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh Bank Aceh Syariah	Pearson Correlation	.701**	.707**	1	.733**	.871**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Saya merasa bangga menggunakan produk Bank Aceh Syariah	Pearson Correlation	.781**	.739**	.733**	1	.907**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
X2	Pearson Correlation	.915**	.906**	.871**	.907**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

3. Variabel Loyalitas

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y
Saya akan terus menggunakan produk secara berkesinambungan di Bank Aceh Syariah	Pearson Correlation	1	.763**	.707**	.609**	.901**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Saya merekomendasikan kepada teman/kerabat untuk menjadi nasabah Bank Aceh Syariah	Pearson Correlation	.763**	1	.613**	.503**	.837**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Saya memberitahukan kepada teman/kerabat tentang keuntungan yang saya dapatkan menggunakan produk Bank Aceh Syariah	Pearson Correlation	.707**	.613**	1	.570**	.842**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Saya tidak terpengaruh dengan produk Bank Lain meskipun lebih menguntungkan	Pearson Correlation	.609**	.503**	.570**	1	.813**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Y	Pearson Correlation	.901**	.837**	.842**	.813**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

Lampiran 4: Reabilitas

1. Variabel *Shariah Compliance*

Reliability Statistics

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Cronbach's Alpha Based on Standardized Items</i>	<i>N of Item</i>
.790	.795	.6

2. Variabel Nilai Nasabah

Reliability Statistics

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Cronbach's Alpha Based on Standardized Items</i>	<i>N of Item</i>
.921	.922	.4

3. Variabel Loyalitas

Reliability Statistics

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Cronbach's Alpha Based on Standardized Items</i>	<i>N of Item</i>
.864	.871	.4

Lampiran 5: Karakteristik Responden

Agama

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Islam	100	100.0	100.0	100.0

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	40	40.0	40.0	40.0
	Perempuan	60	60.0	60.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	21	12	12.0	12.0	12.0
	22	16	16.0	16.0	28.0
	23	18	18.0	18.0	46.0
	24	6	6.0	6.0	52.0
	25	6	6.0	6.0	58.0
	26	3	3.0	3.0	61.0
	27	7	7.0	7.0	68.0
	28	5	5.0	5.0	73.0
	29	3	3.0	3.0	76.0
	31	3	3.0	3.0	79.0
	32	5	5.0	5.0	84.0
	33	1	1.0	1.0	85.0
	34	2	2.0	2.0	87.0
	35	1	1.0	1.0	88.0
	36	1	1.0	1.0	89.0
	37	2	2.0	2.0	91.0
	38	2	2.0	2.0	93.0
	40	3	3.0	3.0	96.0
	49	1	1.0	1.0	97.0

50	1	1.0	1.0	98.0
54	1	1.0	1.0	99.0
55	1	1.0	1.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Pendidikan Terakhir

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMP	2	2.0	2.0	2.0
	SMA	37	37.0	37.0	39.0
	D3	14	14.0	14.0	53.0
	S1	37	37.0	37.0	90.0
	S2	10	10.0	10.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Lampiran 6: Deskripsi Variabel

1. Variabel *shariah compliance*

Statistics

	Bank Aceh Syariah tidak menggunakan sistem bunga sehingga transaksi bebas riba	Bank Aceh Syariah menjelaskan segala aktivitasnya dengan jelas dan pasti, seperti persen bagi hasil dan persen pembayaran	Saya tidak menemukan transaksi yang bersifat spekulasi ataupun perjudian di Bank Aceh Syariah	Bank Aceh Syariah hanya melakukan bisnis yang berbasis pada keuntungan yang halal	Bank Aceh Syariah menjaga amanah yang dipercayakan oleh nasabah kepada Bank Aceh Syariah	Selain Sebagai penerima dan penyaluran dana Bank Aceh Syariah juga bekerja sama dengan lembaga penyaluran zakat, infaq dan sedekah
N	Valid	100	100	100	100	100

Missing	0	0	0	0	0	0
Mean	4.10	3.76	4.04	4.19	4.19	4.27

Bank Aceh Syariah tidak menggunakan sistem bunga sehingga transaksi bebas riba

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	1	1.0	1.0	2.0
	RG	23	23.0	23.0	25.0
	S	37	37.0	37.0	62.0
	SS	38	38.0	38.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Bank Aceh Syariah menjelaskan segala aktivitasnya dengan jelas dan pasti, seperti persen bagi hasil dan persen pembayaran

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3.0	3.0	3.0
	RG	31	31.0	31.0	34.0
	S	50	50.0	50.0	84.0
	SS	16	16.0	16.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Saya tidak menemukan transaksi yang bersifat spekulasi ataupun perjudian di Bank Aceh Syariah

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	5	5.0	5.0	5.0
	RG	20	20.0	20.0	25.0
	S	41	41.0	41.0	66.0
	SS	34	34.0	34.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Bank Aceh Syariah hanya melakukan bisnis yang berbasis pada keuntungan yang halal

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	2	2.0	2.0	3.0
	RG	12	12.0	12.0	15.0
	S	47	47.0	47.0	62.0
	SS	38	38.0	38.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Bank Aceh Syariah menjaga amanah yang dipercayakan oleh nasabah kepada Bank Aceh Syariah

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	1	1.0	1.0	2.0

RG	10	10.0	10.0	12.0
S	54	54.0	54.0	66.0
SS	34	34.0	34.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Selain Sebagai penerima dan penyaluran dana Bank Aceh Syariah juga bekerja sama dengan lembaga penyaluran zakat, infaq dan sedekah

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2.0	2.0	2.0
	TS	1	1.0	1.0	3.0
	RG	10	10.0	10.0	13.0
	S	42	42.0	42.0	55.0
	SS	45	45.0	45.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

2. Variabel nilai nasabah

		Saya senang menggunakan produk Bank Aceh Syariah	Saya merasa produk yang diberikan oleh Bank Aceh Syariah sesuai dengan kebutuhan saya	Saya merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh Bank Aceh Syariah	Saya merasa bangga menggunakan produk Bank Aceh Syariah
N	Valid	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0
	Mean	4.07	3.90	3.90	3.92

Saya senang menggunakan produk Bank Aceh Syariah

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2.0	2.0	2.0
	TS	1	1.0	1.0	3.0
	RG	19	19.0	19.0	22.0
	S	44	44.0	44.0	66.0
	SS	34	34.0	34.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Saya merasa produk yang diberikan oleh Bank Aceh Syariah sesuai dengan kebutuhan saya

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2.0	2.0	2.0
	TS	3	3.0	3.0	5.0
	RG	23	23.0	23.0	28.0
	S	47	47.0	47.0	75.0
	SS	25	25.0	25.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Saya merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh Bank Aceh Syariah

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	1	1.0	1.0	2.0
	RG	33	33.0	33.0	35.0

S	37	37.0	37.0	72.0
SS	28	28.0	28.0	
Total	100	100.0	100.0	

Saya merasa bangga menggunakan produk Bank Aceh Syariah

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2.0	2.0	2.0
	TS	4	4.0	4.0	6.0
	RG	22	22.0	22.0	28.0
	S	44	44.0	44.0	72.0
	SS	28	28.0	28.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

3. Variabel loyalitas

Statistics

		Saya akan terus menggunakan produk secara berkesinambungan di Bank ACEh Syariah	Saya merekomendasikan kepada teman/kerabat untuk menjadi nasabah Bnak Aceh Syariah	Saya memberitahukan kepada teman/kerabat tentang keuntungan yang saya dapatkan menggunakan produk Bank Aceh Syariah	Saya tidak terpengaruh dengan produk Bank Lain meskipun lebih menguntungkan
N	Valid	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0
	Mean	3.74	3.86	3.82	3.42

Saya akan terus menggunakan produk secara berkesinambungan di Bank Aceh Syariah

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3.0	3.0	3.0
	TS	6	6.0	6.0	9.0
	RG	24	24.0	24.0	33.0
	S	48	48.0	48.0	81.0
	SS	19	19.0	19.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Saya merekomendasikan kepada teman/kerabat untuk menjadi nasabah Bank Aceh Syariah

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3.0	3.0	3.0
	TS	4	4.0	4.0	7.0
	RG	20	20.0	20.0	27.0
	S	50	50.0	50.0	77.0
	SS	23	23.0	23.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Saya memberitahukan kepada teman/kerabat tentang keuntungan yang saya dapatkan menggunakan produk Bank Aceh Syariah

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2.0	2.0	2.0
	TS	5	5.0	5.0	7.0

RG	24	24.0	24.0	31.0
S	47	47.0	47.0	78.0
SS	22	22.0	22.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Saya tidak terpengaruh dengan produk Bank Lain meskipun lebih menguntungkan

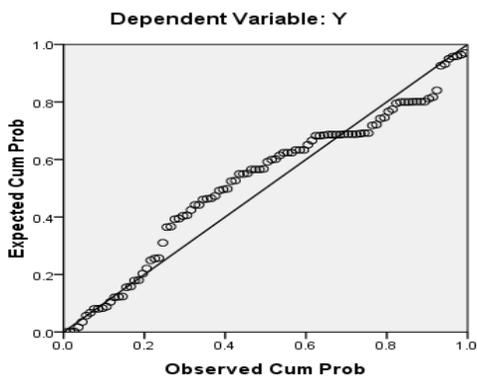
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	8	8.0	8.0	8.0
	TS	11	11.0	11.0	19.0
	RG	28	28.0	28.0	47.0
	S	37	37.0	37.0	84.0
	SS	16	16.0	16.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Lampiran 7: Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.49915631
Most Extreme Differences	Absolute	.121
	Positive	.101
	Negative	-.121
Kolmogorov-Smirnov Z		1.215
Asymp. Sig. (2-tailed)		.104

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

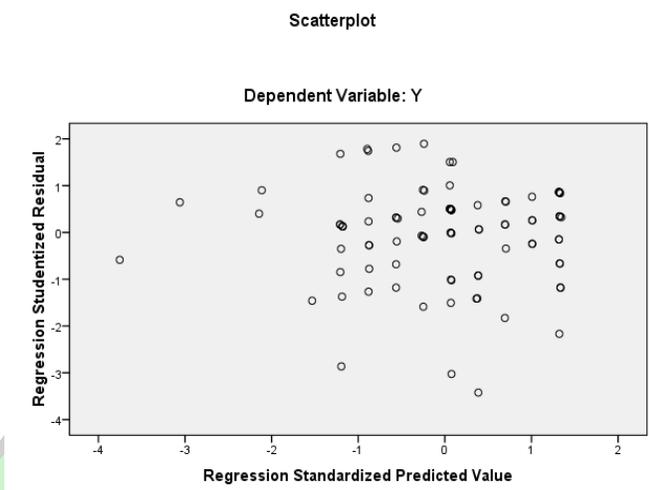


Lampiran 8: Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	.482	.366		1.318	.191		
	X1	-.015	.115	-.011	-.132	.895	.586	1.707
	X2	.834	.083	.802	9.986	.000	.586	1.707

Lampiran 9: Uji Heteroskedastisitas



Lampiran 10: Analisis Regresi Linier Berganda

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Y	3.7100	.82398	100
X1	4.0917	.57397	100
X2	3.9475	.79320	100

Correlations

	Y	X1	X2
Pearson Correlation	Y	1.000	.506
	X1	.506	1.000
	X2	.796	.643
Sig. (1-tailed)	Y	.	.000
	X1	.000	.
	X2	.000	.000
N	Y	100	100
	X1	100	100

Correlations

		Y	X1	X2
Pearson Correlation	Y	1.000	.506	.796
	X1	.506	1.000	.643
	X2	.796	.643	1.000
Sig. (1-tailed)	Y	.	.000	.000
	X1	.000	.	.000
	X2	.000	.000	.
N	Y	100	100	100
	X1	100	100	100
	X2	100	100	100

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X2, X1 ^a		. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Y

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.796 ^a	.633	.625	.50428	1.698

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	42.548	2	21.274	83.660	.000 ^a
	Residual	24.667	97	.254		
	Total	67.215	99			

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.482	.366		1.318	.191		
	X1	-.015	.115	-.011	-.132	.895	.586	1.707
	X2	.834	.083	.802	9.986	.000	.586	1.707

a. Dependent Variable: Y

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	X1	X2
1	1	2.973	1.000	.00	.00	.00
	2	.019	12.350	.44	.00	.63
	3	.007	20.010	.56	1.00	.37

a. Dependent Variable: Y

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	1.2494	4.5913	3.7100	.65558	100
Std. Predicted Value	-3.753	1.344	.000	1.000	100
Standard Error of Predicted Value	.051	.269	.081	.033	100
Adjusted Predicted Value	1.3490	4.6105	3.7094	.65458	100
Residual	-1.71355	.94819	.00000	.49916	100

Std. Residual	-3.398	1.880	.000	.990	100
Stud. Residual	-3.423	1.896	.001	1.004	100
Deleted Residual	-1.73841	.96392	.00062	.51324	100
Stud. Deleted Residual	-3.631	1.922	-.005	1.022	100
Mahal. Distance	.019	27.248	1.980	3.400	100
Cook's Distance	.000	.068	.010	.016	100
Centered Leverage Value	.000	.275	.020	.034	100

Lampiran 11: R Tabel

DF = n-2	Tingkat Signifikansi Untuk Uji 1 arah				
	0,05	0,025	0,001	0,005	0,0005
	Tingkat Signifikansi Untuk Uji 2 arah				
	0,1	0,05	0,02	0,01	0,001
1	0,9877	0,9969	0,9995	0,9999	1,0000
2	0,9000	0,9500	0,9800	0,9900	0,9990
3	0,8054	0,8783	0,9343	0,9587	0,9911
4	0,7293	0,8114	0,8822	0,9172	0,9741
5	0,6694	0,7545	0,8329	0,8745	0,9509
6	0,6215	0,7067	0,7887	0,8343	0,9249
7	0,5822	0,6664	0,7498	0,7977	0,8983

8	0,5494	0,6319	0,7155	0,7646	0,8721
9	0,5214	0,6021	0,6851	0,7348	0,8470
10	0,4973	0,5760	0,6581	0,7079	0,8233
11	0,4762	0,5529	0,6339	0,6835	0,8010
12	0,4575	0,5324	0,6120	0,6614	0,7800
13	0,4409	0,5140	0,5923	0,6411	0,7604
14	0,4259	0,4973	0,5742	0,6226	0,7419
15	0,4124	0,4821	0,5577	0,6055	0,7247
16	0,4000	0,4683	0,5425	0,5897	0,7084
17	0,3887	0,4555	0,5285	0,5751	0,6932
18	0,3783	0,4438	0,5155	0,5614	0,6788
19	0,3687	0,4329	0,5034	0,5487	0,6652
20	0,3598	0,4227	0,4921	0,5368	0,6524
21	0,3515	0,4132	0,4815	0,5256	0,6402
22	0,3438	0,4044	0,4716	0,5151	0,6287
23	0,3365	0,3961	0,4622	0,5052	0,6178
24	0,3297	0,3882	0,4534	0,4958	0,6074

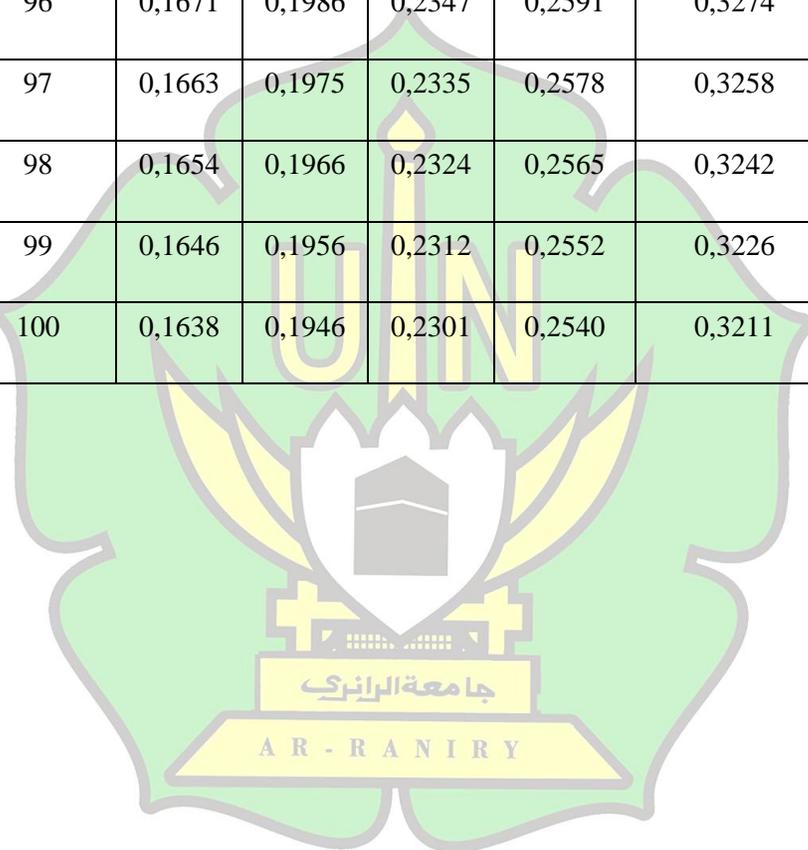
25	0,3233	0,3809	0,4451	0,4869	0,5974
26	0,3172	0,3739	0,4372	0,4785	0,5880
27	0,3115	0,3673	0,4297	0,4705	0,5790
28	0,3061	0,3610	0,4226	0,4629	0,5703
29	0,3009	0,3550	0,4158	0,4556	0,5620
30	0,2960	0,3494	0,4093	0,4487	0,5541
31	0,2913	0,3440	0,4032	0,4421	0,5465
32	0,2869	0,3388	0,3972	0,4357	0,5392
33	0,2826	0,3338	0,3916	0,4296	0,5322
34	0,2785	0,3291	0,3862	0,4238	0,5254
35	0,2746	0,3246	0,3810	0,4182	0,5189
36	0,2709	0,3202	0,3760	0,4128	0,5126
37	0,2673	0,3160	0,3712	0,4076	0,5066
38	0,2638	0,3120	0,3665	0,4026	0,5007
39	0,2605	0,3081	0,3621	0,3978	0,4950
40	0,2573	0,3044	0,3578	0,3932	0,4896
41	0,2542	0,3008	0,3536	0,3887	0,4843

42	0,2512	0,2973	0,3496	0,3843	0,4791
43	0,2483	0,2940	0,3457	0,3801	0,4742
44	0,2455	0,2907	0,3420	0,3761	0,4694
45	0,2429	0,2876	0,3384	0,3721	0,4647
46	0,2403	0,2845	0,3348	0,3683	0,4601
47	0,2377	0,2816	0,3314	0,3646	0,4557
48	0,2353	0,2787	0,3281	0,3610	0,4514
49	0,2329	0,2759	0,3249	0,3575	0,4473
50	0,2306	0,2732	0,3218	0,3542	0,4432
51	0,2284	0,2706	0,3188	0,3509	0,4393
52	0,2262	0,2681	0,3158	0,3477	0,4354
53	0,2241	0,2656	0,3129	0,3445	0,4317
54	0,2221	0,2632	0,3102	0,3415	0,4280
55	0,2201	0,2609	0,3074	0,3385	0,4244
56	0,2181	0,2586	0,3048	0,3357	0,4210
57	0,2162	0,2564	0,3022	0,3328	0,4176
58	0,2144	0,2542	0,2997	0,3301	0,4143

59	0,2126	0,2521	0,2972	0,3274	0,4110
60	0,2108	0,2500	0,2948	0,3248	0,4079
61	0,2091	0,2480	0,2925	0,3223	0,4048
62	0,2075	0,2461	0,2902	0,3198	0,4018
63	0,2058	0,2441	0,2880	0,3173	0,3988
64	0,2042	0,2423	0,2858	0,3150	0,3959
65	0,2027	0,2404	0,2837	0,3126	0,3931
66	0,2012	0,2387	0,2816	0,3104	0,3903
67	0,1997	0,2369	0,2796	0,3081	0,3876
68	0,1982	0,2352	0,2776	0,3060	0,3850
69	0,1968	0,2335	0,2756	0,3038	0,3823
70	0,1954	0,2319	0,2737	0,3017	0,3798
71	0,1940	0,2303	0,2718	0,2997	0,3773
72	0,1927	0,2287	0,2700	0,2977	0,3748
73	0,1914	0,2272	0,2682	0,2957	0,3724
74	0,1901	0,2257	0,2664	0,2938	0,3701
75	0,1888	0,2242	0,2647	0,2919	0,3678

76	0,1876	0,2227	0,2630	0,2900	0,3655
77	0,1864	0,2213	0,2613	0,2882	0,3633
78	0,1852	0,2199	0,2597	0,2864	0,3611
79	0,1841	0,2185	0,2581	0,2847	0,3589
80	0,1829	0,2172	0,2565	0,2830	0,3568
81	0,1818	0,2159	0,2550	0,2813	0,3547
82	0,1807	0,2146	0,2535	0,2796	0,3527
83	0,1796	0,2133	0,2520	0,2780	0,3507
84	0,1786	0,2120	0,2505	0,2764	0,3487
85	0,1775	0,2108	0,2491	0,2748	0,3468
86	0,1765	0,2096	0,2477	0,2732	0,3449
87	0,1755	0,2084	0,2463	0,2717	0,3430
88	0,1745	0,2072	0,2449	0,2702	0,3412
89	0,1735	0,2061	0,2435	0,2687	0,3393
90	0,1726	0,2050	0,2422	0,2673	0,3375
91	0,1716	0,2039	0,2409	0,2659	0,3358
92	0,1707	0,2028	0,2396	0,2645	0,3341

93	0,1698	0,2017	0,2384	0,2631	0,3323
94	0,1689	0,2006	0,2371	0,2617	0,3307
95	0,1680	0,1996	0,2359	0,2604	0,3290
96	0,1671	0,1986	0,2347	0,2591	0,3274
97	0,1663	0,1975	0,2335	0,2578	0,3258
98	0,1654	0,1966	0,2324	0,2565	0,3242
99	0,1646	0,1956	0,2312	0,2552	0,3226
100	0,1638	0,1946	0,2301	0,2540	0,3211



Lampiran 12: Tabel Distribusi t

df \ Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460

113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Lampiran: 13 Tabel Distribusi F

Tabel F Pada Signifikansi 5 %

df	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	161,45	199,50	215,71	224,58	230,16	233,99	236,77	238,88	240,54	241,882
2	18,513	19,000	19,164	19,247	19,296	19,330	19,353	19,371	19,385	19,396
3	10,128	9,552	9,277	9,117	9,013	8,941	8,887	8,845	8,812	8,786
4	7,709	6,944	6,591	6,388	6,256	6,163	6,094	6,041	5,999	5,964
5	6,608	5,786	5,409	5,192	5,050	4,950	4,876	4,818	4,772	4,735
6	5,987	5,143	4,757	4,534	4,387	4,284	4,207	4,147	4,099	4,060
7	5,591	4,737	4,347	4,120	3,972	3,866	3,787	3,726	3,677	3,637
8	5,318	4,459	4,066	3,838	3,687	3,581	3,500	3,438	3,388	3,347
9	5,117	4,256	3,863	3,633	3,482	3,374	3,293	3,230	3,179	3,137
10	4,965	4,103	3,708	3,478	3,326	3,217	3,135	3,072	3,020	2,978
11	4,844	3,982	3,587	3,357	3,204	3,095	3,012	2,948	2,896	2,854
12	4,747	3,885	3,490	3,259	3,106	2,996	2,913	2,849	2,796	2,753
13	4,667	3,806	3,411	3,179	3,025	2,915	2,832	2,767	2,714	2,671
14	4,600	3,739	3,344	3,112	2,958	2,848	2,764	2,699	2,646	2,602
15	4,543	3,682	3,287	3,056	2,901	2,790	2,707	2,641	2,588	2,544
16	4,494	3,634	3,239	3,007	2,852	2,741	2,657	2,591	2,538	2,494
17	4,451	3,592	3,197	2,965	2,810	2,699	2,614	2,548	2,494	2,450
18	4,414	3,555	3,160	2,928	2,773	2,661	2,577	2,510	2,456	2,412
19	4,381	3,522	3,127	2,895	2,740	2,628	2,544	2,477	2,423	2,378
20	4,351	3,493	3,098	2,866	2,711	2,599	2,514	2,447	2,393	2,348
21	4,325	3,467	3,072	2,840	2,685	2,573	2,488	2,420	2,366	2,321
22	4,301	3,443	3,049	2,817	2,661	2,549	2,464	2,397	2,342	2,297
23	4,279	3,422	3,028	2,796	2,640	2,528	2,442	2,375	2,320	2,275

24	4,260	3,403	3,009	2,776	2,621	2,508	2,423	2,355	2,300	2,255
25	4,242	3,385	2,991	2,759	2,603	2,490	2,405	2,337	2,282	2,236
26	4,225	3,369	2,975	2,743	2,587	2,474	2,388	2,321	2,265	2,220
27	4,210	3,354	2,960	2,728	2,572	2,459	2,373	2,305	2,250	2,204
28	4,196	3,340	2,947	2,714	2,558	2,445	2,359	2,291	2,236	2,190
29	4,183	3,328	2,934	2,701	2,545	2,432	2,346	2,278	2,223	2,177
30	4,171	3,316	2,922	2,690	2,534	2,421	2,334	2,266	2,211	2,165
31	4,160	3,305	2,911	2,679	2,523	2,409	2,323	2,255	2,199	2,153
32	4,149	3,295	2,901	2,668	2,512	2,399	2,313	2,244	2,189	2,142
33	4,139	3,285	2,892	2,659	2,503	2,389	2,303	2,235	2,179	2,133
34	4,130	3,276	2,883	2,650	2,494	2,380	2,294	2,225	2,170	2,123
35	4,121	3,267	2,874	2,641	2,485	2,372	2,285	2,217	2,161	2,114
36	4,113	3,259	2,866	2,634	2,477	2,364	2,277	2,209	2,153	2,106
37	4,105	3,252	2,859	2,626	2,470	2,356	2,270	2,201	2,145	2,098
38	4,098	3,245	2,852	2,619	2,463	2,349	2,262	2,194	2,138	2,091
39	4,091	3,238	2,845	2,612	2,456	2,342	2,255	2,187	2,131	2,084
40	4,085	3,232	2,839	2,606	2,449	2,336	2,249	2,180	2,124	2,077
41	4,079	3,226	2,833	2,600	2,443	2,330	2,243	2,174	2,118	2,071
42	4,073	3,220	2,827	2,594	2,438	2,324	2,237	2,168	2,112	2,065
43	4,067	3,214	2,822	2,589	2,432	2,318	2,232	2,163	2,106	2,059
44	4,062	3,209	2,816	2,584	2,427	2,313	2,226	2,157	2,101	2,054
45	4,057	3,204	2,812	2,579	2,422	2,308	2,221	2,152	2,096	2,049
46	4,052	3,200	2,807	2,574	2,417	2,304	2,216	2,147	2,091	2,044
47	4,047	3,195	2,802	2,570	2,413	2,299	2,212	2,143	2,086	2,039
48	4,043	3,191	2,798	2,565	2,409	2,295	2,207	2,138	2,082	2,035
49	4,038	3,187	2,794	2,561	2,404	2,290	2,203	2,134	2,077	2,030
50	4,034	3,183	2,790	2,557	2,400	2,286	2,199	2,130	2,073	2,026
51	4,030	3,179	2,786	2,553	2,397	2,283	2,195	2,126	2,069	2,022
52	4,027	3,175	2,783	2,550	2,393	2,279	2,192	2,122	2,066	2,018
53	4,023	3,172	2,779	2,546	2,389	2,275	2,188	2,119	2,062	2,015
54	4,020	3,168	2,776	2,543	2,386	2,272	2,185	2,115	2,059	2,011
55	4,016	3,165	2,773	2,540	2,383	2,269	2,181	2,112	2,055	2,008
56	4,013	3,162	2,769	2,537	2,380	2,266	2,178	2,109	2,052	2,005
57	4,010	3,159	2,766	2,534	2,377	2,263	2,175	2,106	2,049	2,001
58	4,007	3,156	2,764	2,531	2,374	2,260	2,172	2,103	2,046	1,998

59	4,004	3,153	2,761	2,528	2,371	2,257	2,169	2,100	2,043	1,995
60	4,001	3,150	2,758	2,525	2,368	2,254	2,167	2,097	2,040	1,993
61	3,998	3,148	2,755	2,523	2,366	2,251	2,164	2,094	2,037	1,990
62	3,996	3,145	2,753	2,520	2,363	2,249	2,161	2,092	2,035	1,987
63	3,993	3,143	2,751	2,518	2,361	2,246	2,159	2,089	2,032	1,985
64	3,991	3,140	2,748	2,515	2,358	2,244	2,156	2,087	2,030	1,982
65	3,989	3,138	2,746	2,513	2,356	2,242	2,154	2,084	2,027	1,980
66	3,986	3,136	2,744	2,511	2,354	2,239	2,152	2,082	2,025	1,977
67	3,984	3,134	2,742	2,509	2,352	2,237	2,150	2,080	2,023	1,975
68	3,982	3,132	2,740	2,507	2,350	2,235	2,148	2,078	2,021	1,973
69	3,980	3,130	2,737	2,505	2,348	2,233	2,145	2,076	2,019	1,971
70	3,978	3,128	2,736	2,503	2,346	2,231	2,143	2,074	2,017	1,969
71	3,976	3,126	2,734	2,501	2,344	2,229	2,142	2,072	2,015	1,967
72	3,974	3,124	2,732	2,499	2,342	2,227	2,140	2,070	2,013	1,965
73	3,972	3,122	2,730	2,497	2,340	2,226	2,138	2,068	2,011	1,963
74	3,970	3,120	2,728	2,495	2,338	2,224	2,136	2,066	2,009	1,961
75	3,968	3,119	2,727	2,494	2,337	2,222	2,134	2,064	2,007	1,959
76	3,967	3,117	2,725	2,492	2,335	2,220	2,133	2,063	2,006	1,958
77	3,965	3,115	2,723	2,490	2,333	2,219	2,131	2,061	2,004	1,956
78	3,963	3,114	2,722	2,489	2,332	2,217	2,129	2,059	2,002	1,954
79	3,962	3,112	2,720	2,487	2,330	2,216	2,128	2,058	2,001	1,953
80	3,960	3,111	2,719	2,486	2,329	2,214	2,126	2,056	1,999	1,951
81	3,959	3,109	2,717	2,484	2,327	2,213	2,125	2,055	1,998	1,950
82	3,957	3,108	2,716	2,483	2,326	2,211	2,123	2,053	1,996	1,948
83	3,956	3,107	2,715	2,482	2,324	2,210	2,122	2,052	1,995	1,947
84	3,955	3,105	2,713	2,480	2,323	2,209	2,121	2,051	1,993	1,945
85	3,953	3,104	2,712	2,479	2,322	2,207	2,119	2,049	1,992	1,944
86	3,952	3,103	2,711	2,478	2,321	2,206	2,118	2,048	1,991	1,943
87	3,951	3,101	2,709	2,476	2,319	2,205	2,117	2,047	1,989	1,941
88	3,949	3,100	2,708	2,475	2,318	2,203	2,115	2,045	1,988	1,940
89	3,948	3,099	2,707	2,474	2,317	2,202	2,114	2,044	1,987	1,939
90	3,947	3,098	2,706	2,473	2,316	2,201	2,113	2,043	1,986	1,938
91	3,946	3,097	2,705	2,472	2,315	2,200	2,112	2,042	1,984	1,936
92	3,945	3,095	2,704	2,471	2,313	2,199	2,111	2,041	1,983	1,935

93	3,943	3,094	2,703	2,470	2,312	2,198	2,110	2,040	1,982	1,934
94	3,942	3,093	2,701	2,469	2,311	2,197	2,109	2,038	1,981	1,933
95	3,941	3,092	2,700	2,467	2,310	2,196	2,108	2,037	1,980	1,932
96	3,940	3,091	2,699	2,466	2,309	2,195	2,106	2,036	1,979	1,931
97	3,939	3,090	2,698	2,465	2,308	2,194	2,105	2,035	1,978	1,930
98	3,938	3,089	2,697	2,465	2,307	2,193	2,104	2,034	1,977	1,929
99	3,937	3,088	2,696	2,464	2,306	2,192	2,103	2,033	1,976	1,928
100	3,936	3,087	2,696	2,463	2,305	2,191	2,103	2,032	1,975	1,927
101	3,935	3,086	2,695	2,462	2,304	2,190	2,102	2,031	1,974	1,926
102	3,934	3,085	2,694	2,461	2,303	2,189	2,101	2,030	1,973	1,925
103	3,933	3,085	2,693	2,460	2,303	2,188	2,100	2,030	1,972	1,924
104	3,932	3,084	2,692	2,459	2,302	2,187	2,099	2,029	1,971	1,923
105	3,932	3,083	2,691	2,458	2,301	2,186	2,098	2,028	1,970	1,922

