

PROPOSAL SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN
NASABAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH
PEMBIAYAAN MURABAHAH PADA
PT BANK ACEH KPO BANDA ACEH**



Disusun Oleh:

**IZZATUL JANNAH
NIM. 190603329**

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

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Izzatul Jannah
NIM : 190603329
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. Menyerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab 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 Banda Aceh.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 26 April 2021

Yang Menyatakan,

METERAI
TEMPEL

TGL 20

31E6BAHF926214504

6000
ENAM RIBU RUPIAH



Izzatul Jannah - - - - -

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

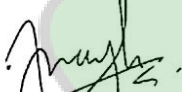
**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEPUASAN
NASABAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH
PEMBIAYAAN MURABAHAH PADA
PT BANK ACEH KPO BANDA ACEH**

Disusun Oleh:

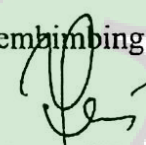
Izzatul Jannah
NIM. 190603329

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah memenuhi syarat penyelesaian studi pada Program Studi Perbankan Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I

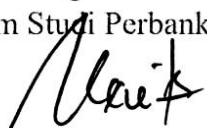

Inayatullah, MA., Ek
NIP. 198208042014032002

Pembimbing II


Evri Yenni, SE., M.Si
NIDN. 2013048301

Mengetahui

Ketua Program Studi Perbankan Syariah


Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag.
NIP. 197711052006042003

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pembiayaan Murabahah Pada PT Bank Aceh KPO Banda Aceh

Izzatul Jannah

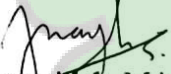
NIM. 190603329

Telah Disidangkan Oleh Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh
dan Dinyatakan Lulus Serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Menyelesaikan Untuk Menyelesaikan Program Studi Strata 1 (S-1) dalam
Bidang Perbankan Syariah


Pada Hari/Tanggal: Jumat, 11 Juni 2021 M
2 Dzulqai'dah 1442 H

Banda Aceh Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua,


Inayatillah, MA., Ek
NIP. 198208042014032002

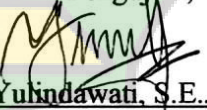
Sekretaris,


Evri Yenni, SE., M.Si
NIDN. 2013048301

Penguji I,


Fithriady, Lc., MA
NIP. 198008122006041004

Penguji II,


Yulindawati, S.E., M.M
NIP. 197907132014112002

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. Syeikh 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 : Izzatul Jannah
NIM : 190603329
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
E-mail : @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 KKU Skripsi

yang berjudul:

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pembiayaan Murabahah Pada PT Bank Aceh KPO Banda Aceh

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: 16 Juni 2021

Penulis

Izzatul Jannah

Mengetahui:
Pembimbing I

Inayatillah, MA., Ek
NIP. 198208042014032002

Pembimbing II

Evri Yenni, SE., M.Si
NIDN. 2013048301

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah Rabbil' alamin,

Puji dan syukur kita panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, karunia, serta taufik dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pembiayaan Murabahah Pada PT Bank Aceh KPO Banda Aceh”**. Shalawat dan salam penulis haturkan kepada nabi besar Muhammad SAW, yang telah membimbing kita dari alam kebodohan menuju alam penuh dengan ilmu pengetahuan dan memberi inspirasi kepada penulis untuk selalu semangat dalam belajar dan berkarya.

Penelitian ini disusun sebagai salah satu syarat untuk kelulusan dan memperoleh gelar sarjana pada program studi Perbankan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. Dalam proses penyelesaian ini, penulis banyak mendapatkan bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak yang terkait. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan penghargaan yang sebesar-besarnya sekaligus mengucapkan terima kasih yang setinggi-tingginya kepada:

1. Dr. Zaki Fuad, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
2. Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag. selaku ketua Program Studi Perbankan Syariah dan Ibu Ayumiati, S.E., M.Si. selaku sekretaris Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
3. Muhammad Arifin, Ph. D. dan Riza Aulia, S.E.I., M.Sc. sebagai Ketua dan Sekretaris Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memfasilitasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Inayatillah, MA., Ek selaku pembimbing I (satu) dan Evri Yenni, SE., M.Si. selaku pembimbing II (dua) yang telah bersedia meluangkan waktu dan mencurahkan ilmu pengetahuannya sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Fithriady, Lc., MA. selaku penguji 1 serta Yulindawati, S.E., M.M. selaku penguji 2 yang telah memberikan arahan dan bimbingannya selama proses sidang berlangsung.
6. Dr. Nevi Hasnita, S.Ag., M.Ag. selaku Penasehat Akademik dan juga kepada seluruh dosen, pegawai dan staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam serta segenap pengurus dan pegawai perpustakaan utama Universitas Islam Negeri Ar-Raniry dan Ruang baca FEBI yang sudah memberikan fasilitas untuk mengadakan studi kepustakaan.

7. Orang tua tercinta Ayahanda Drs. Mukhtar, Ys., yang senantiasa mendoakan dan menasehati dengan setulus hati serta memberikan dukungan baik moril maupun materil. Penelitian ini saya dedikasikan untuk Ibunda tercinta Dra. Yusnidar yang telah menjadi sosok panutan dalam hidup saya. Terimakasih juga kepada abang M. Fajrianda dan Jaswadi yang saya sayangi karena turut membantu menyemangati dan selalu mengingatkan saya tanpa henti agar saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini tepat pada waktunya, sehingga saya dapat menyelesaikan jenjang pendidikan perguruan tinggi ini dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi.
8. Kepada Rizky Nurfadhilla, Mutia Rizka, Rohaya Fadhillah, Dedek Saripah dan Karina Devira Krisya yang sangat berjasa dalam segala hal terutama membantu penulis dalam suka maupun duka, memberikan dukungan moril dan materil. Terimakasih juga kepada seluruh teman-teman seperjuangan khususnya Perbankan Syariah yang telah memberi semangat dan sama-sama berjuang dalam menyelesaikan tugas akhir demi mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi.

Semoga segala jasa bantuan, motivasi dan arahan yang diberikan dapat menjadi amalan yang baik dan pahala sehingga memperoleh balasan yang layak dan lebih baik dari Allah SWT. Penulis menyadari penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritikan dan saran

yang membangun agar penelitian ini mampu menjadi yang lebih baik dan bermanfaat di masa yang akan datang.

Akhir kata kita berdoa kehadirat Allah SWT agar penelitian ini menjadi satu amal kebaikan bagi kami dan semoga bermanfaat dalam misi mengembangkan ilmu pengetahuan. Amin Ya Rabbal ‘Alamin.

Banda Aceh, 16 Juni 2021
Penulis,

Izzatul Jannah



TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN
Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K
Nomor: 158 Tahun1987 –Nomor: 0543b/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:

Kaifa : كيف

Haula : هول

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
اَ/يَ	<i>Fathah</i> dan <i>alif</i> atauya	Ā
يِ	<i>Kasrah</i> dan ya	Ī
يُ	<i>Dammah</i> dan wau	Ū

Contoh:

qāla : قال
ramā : رمى
qīla : قيل
yaqūlu : يقول

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:

raudah al-atfāl/ raudatulatfāl:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ

al-Madīnah al-Munawwarah/:

الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ

Ṭalḥah:

طَلْحَةُ

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 Mahasiswa : Izzatul Jannah
NIM : 190603329
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam / Perbankan Syariah
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah Pembiayaan Murabahah Pada PT Bank Aceh KPO Banda Aceh
Pembimbing I : Inayatillah, MA., Ek
Pembimbing II : Evri Yenni, SE., M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pembiayaan murabahah pada PT Bank Aceh KPO Banda Aceh. Data penelitian ini menggunakan data primer dalam bentuk kuesioner dengan pengolahannya menggunakan SPSS 23. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dengan metode analisis data model regresi linier berganda. Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji parsial (uji-t) dan uji simultan (uji-F) dan tingkat signifikansi 5%. Hasil uji secara simultan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah berpengaruh dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pembiayaan murabahah. Secara parsial variabel kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pembiayaan murabahah.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah, Loyalitas Nasabah, Pembiayaan Murabahah.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN JUDUL KEASLIAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iii
PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	iv
PENGESAHAN HASIL SIDANG	v
PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
KATA PENGANTAR	vii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN	xi
ABSTRAK	xv
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Sistematika Pembahasan.....	8
BAB II LANDASAN TEORI	10
2.1 Bank Syariah.....	10
2.2 Pembiayaan Murabahah.....	14
2.2.1 Pengertian Pembiayaan Murabahah ...	14
2.2.2 Landasan Hukum Pembiayaan Murabahah.....	16
2.2.3 Tujuan Pembiayaan Murabahah.....	18
2.2.4 Rukun dan Syarat Murabahah.....	19
2.2.5 Mekanisme Pembiayaan Murabahah..	21
2.3 Loyalitas Nasabah.....	22
2.4 Kualitas Pelayanan.....	24
2.4.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	24
2.4.2 Indikator Kualitas Pelayanan.....	25

2.5	Kepuasan Nasabah	27
2.5.1	Pengertian Kepuasan	27
2.5.2	Faktor-Faktor Kepuasan	27
2.5.3	Ciri-Ciri Kepuasan Nasabah	28
2.6	Penelitian Terkait	29
2.7	Pengaruh Antar Variabel	39
2.7.1	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah.....	39
2.7.2	Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah.....	40
2.8	Kerangka Pemikiran	40
2.9	Hipotesis Penelitian.....	41
BAB III METODE PENELITIAN.....		42
3.1	Jenis Penelitian	42
3.2	Lokasi dan Waktu Penelitian	43
3.3	Data dan Teknik Pemerolehannya	44
3.4	Populasi dan Sampel	45
3.4.1	Populasi.....	45
3.4.2	Sampel	45
3.5	Variabel Penelitian	46
3.5.1	Variabel Dependen (Y)	46
3.5.2	Variabel Independen (X)	47
3.6	Skala Pengukuran.....	48
3.7	Uji Instrumen	49
3.7.1	Uji Validitas	49
3.7.2	Uji Reliabilitas.....	50
3.8	Uji Asumsi Klasik.....	50
3.8.1	Uji Normalitas	50
3.8.2	Uji Heteroskedastisitas.....	51
3.8.3	Uji Multikolinieritas.....	52
3.9	Analisis Regresi Berganda	52
3.10	Uji Hipotesis.....	53
3.10.1	Uji Parsial (Uji-t)	53
3.10.2	Uji Simultan (Uji-F).....	54
3.11	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	55

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	57
4.1 Gambaran Umum Bank Aceh Syariah.....	57
4.1.1 Sejarah Bank Aceh Syariah	57
4.1.2 Visi, Misi, dan Motto Bank Aceh Syariah	60
4.2 Karakteristik Responden.....	62
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	63
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	65
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	66
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Masa Menjadi Nasabah.....	67
4.3 Karakteristik Jawaban Responden	68
4.3.1 Karakteristik Jawaban Variabel Kualitas Pelayanan.....	68
4.3.2 Karakteristik Jawaban Variabel Kepuasan Nasabah	69
4.3.3 Karakteristik Jawaban Variabel Loyalitas Nasabah.....	70
4.4 Hasil Penelitian	71
4.4.1 Statistik Deskriptif	71
4.4.2 Uji Validitas	72
4.4.3 Uji Reliabilitas.....	73
4.4.4 Uji Asumsi Klasik.....	74
4.4.4.1 Uji Normalitas.....	74
4.4.4.2 Uji Heteroskedastisitas.....	76
4.4.4.3 Uji Multikolonieritas	77
4.4.5 Analisis Regresi Linear Berganda.....	78
4.4.6 Uji Hipotesis (Uji – t).....	79
4.4.7 Uji Simultan (Uji-F).....	80
4.4.8 Uji R ² (Koefisien Determinasi).....	81

4.5	Pembahasan	82
4.5.1	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah (Hipotesis 1)	82
4.5.2	Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah (Hipotesis 2)	84
4.5.3	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah (Hipotesis 3)	85
BAB V PENUTUP		87
5.1	Kesimpulan	87
5.2	Saran	87
DAFTAR PUSTAKA		90
LAMPIRAN		92

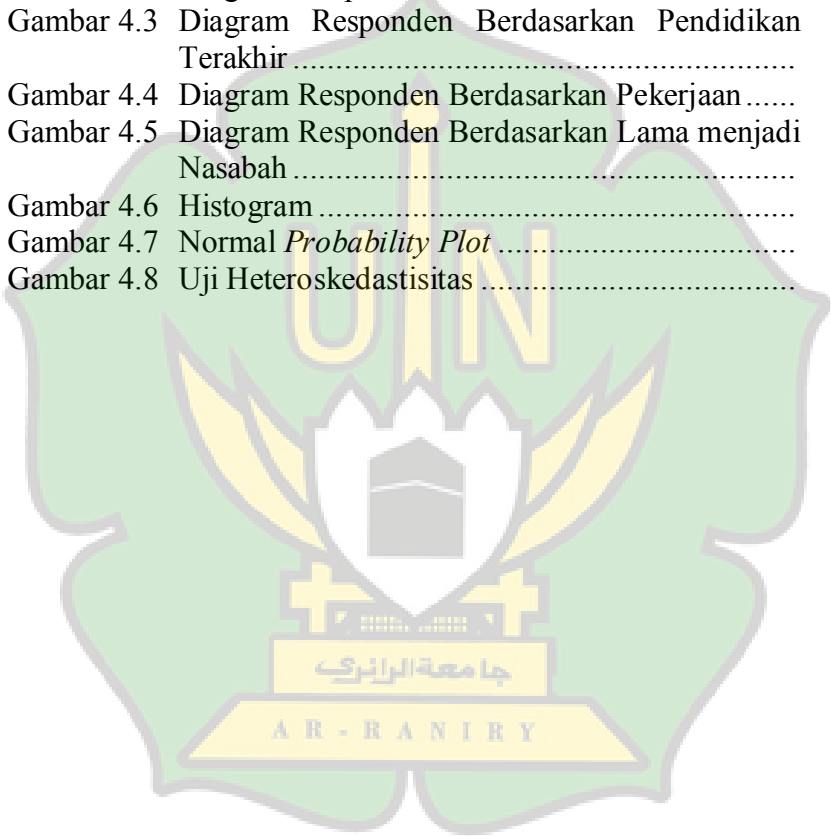


DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah Nasabah Pembiayaan Murabahah PT Bank Aceh KPO Banda Aceh 2014-2018	5
Tabel 2.1 Matrik Penelitian Sebelumnya.....	35
Tabel 3.1 Definisi dan Operasionalisasi Variabel	47
Tabel 3.2 Pengukuran Skala Likert	48
Tabel 4.1 Karakteristik Jawaban Variabel Kualitas Pelayanan	68
Tabel 4.2 Karakteristik Jawaban Variabel Kepuasan Nasabah	69
Tabel 4.3 Karakteristik Jawaban Variabel Loyalitas Nasabah	70
Tabel 4.4 Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif	71
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas	72
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas	74
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinieritas	78
Tabel 4.8 Hasil Regresi Linear Berganda	78
Tabel 4.9 Hasil Uji-t	79
Tabel 4.10 Hasil Uji Simultan	80
Tabel 4.11 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	81

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	40
Gambar 4.1 Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
Gambar 4.2 Diagram Responden Berdasarkan Usia.....	64
Gambar 4.3 Diagram Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	65
Gambar 4.4 Diagram Responden Berdasarkan Pekerjaan	66
Gambar 4.5 Diagram Responden Berdasarkan Lama menjadi Nasabah	67
Gambar 4.6 Histogram	75
Gambar 4.7 Normal <i>Probability Plot</i>	76
Gambar 4.8 Uji Heteroskedastisitas	77



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampian 1 Kuesioner Penelitian.....	92
Lampian 2 Statistik Deskriptif.....	97
Lampian 3 Uji Validitas.....	97
Lampian 4 Uji Reliabilitas.....	98
Lampian 5 Uji Normalitas.....	98
Lampian 6 Uji Heteroskedastisitas.....	99
Lampian 7 Uji Multikolinieritas.....	99
Lampian 8 Analisis Regresi Berganda.....	99
Lampian 9 Uji-t.....	100
Lampian 10 Uji F.....	100
Lampian 11 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	100



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Bank syariah merupakan lembaga kepercayaan masyarakat atas berbagai jenis kegiatan keuangan baik dalam hal pendanaan atau pengelola dana masyarakat maupun pembiayaan, sehingga masyarakat bisa bekerja sama dengan bank syariah untuk meningkatkan taraf hidup dan bekerja sama untuk mengelola dana yang ada (Ismail, 2011). Dengan demikian maka peran bank syariah dalam perekonomian sangat penting karna dapat memberikan efek perekonomian yang baik untuk masyarakat dengan berbagai produk yang ditawarkan. Bank syariah juga berfungsi sebagai suatu lembaga intermediasi (*intermediary institution*), yaitu mengerahkan dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut kepada masyarakat yang membutuhkannya dalam bentuk fasilitas pembiayaan. Pembiayaan merupakan salah satu kegiatan utama dan menjadi sumber utama pendapatan bagi bank syariah.

Pembiayaan murabahah merupakan produk yang paling banyak digunakan oleh Lembaga Keuangan Syariah (LKS) dan Lembaga Keuangan Non Bank Syariah untuk membiayai pembelian barang kepada nasabah. Sehingga dalam meningkatkan jumlah nasabah, Bank syariah selaku pihak yang memberikan pembiayaan ini lebih harus memperhatikan kualitas pelayanan dan

kepuasan nasabah agar dapat meningkatkan loyalitas nasabah pembiayaan murabahah ini. Loyalitas nasabah berperan penting dalam penciptaan dan pemeliharaan keunggulan kompetitif pada industri jasa. Ada keuntungan ekonomi yang terkait dengan mempertahankan nasabah setia dibandingkan dengan merekrut nasabah baru. Pihak perbankan perlu membangun dan meningkatkan hubungan nasabah yang memberikan nilai lebih dari penyediaan produk inti (Zineldin, 2006).

Disini penulis akan meninjau indikator yang mempengaruhi loyalitas nasabah. Indikator yang paling dominan adalah kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. Apabila kualitas pelayanannya baik, maka nasabah akan semakin loyal terhadap bank syariah tersebut khususnya pada produk pembiayaan murabahah, dan apabila tingkat kualitas produk yang ditawarkan oleh bank baik maka akan meningkatkan tingkat kepuasan nasabah. Pelanggan akan puas ketika mendapatkan pelayanan yang baik dari pihak bank, produk yang menarik, pembiayaan yang sesuai kebutuhan masyarakat, dan mampu memahami apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh nasabah. Dengan meningkatkan kepuasan nasabah, maka nasabah juga akan loyal kepada bank syariah (Setiawan, 2017).

Kualitas merupakan suatu tingkat kesempurnaan yang diharapkan dan pengendalian atas kesempurnaan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Wyckof dalam Tjiptono, 2000:52). Kualitas dianggap sebagai ukuran relatif kebaikan suatu

produk atau jasa yang terdiri dari kualitas desain dan kualitas kesesuaian. Kualitas desain merupakan fungsi spesifikasi produk sedangkan kualitas kesesuaian merupakan suatu ukuran seberapa jauh suatu produk memenuhi persyaratan atau spesifikasi kualitas yang telah ditetapkan (Tjiptono, 2003:3). Pelayanan merupakan setiap kegiatan dan manfaat yang dapat diberikan oleh suatu pihak kepada pihak yang lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak perlu berakibat pemilihan sesuatu (Kotler, 1993:352). Jadi kualitas pelayanan adalah suatu tingkat kesempurnaan yang diharapkan untuk memenuhi keinginan pelanggan yang dapat diberikan oleh suatu pihak kepada pihak yang lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak perlu berakibat pemilihan sesuatu. Sedangkan kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan persepsi atau kesannya terhadap kinerja suatu produk atau hasil-hasilnya (Gustifal, 2019:9).

Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh perbankan di Indonesia bagaimana membangun kualitas pelayanan yang baik dan kepuasan nasabah agar tetap mempertahankan loyalitasnya. Bank-bank di Indonesia telah mengalami dan menghadapi peralihan konsumen dari satu bank ke bank lain. Di sektor perbankan, ada banyak keluhan dari konsumen di hampir semua bank yang beroperasi di Indonesia. Hal ini mengakibatkan kegiatan promosi gencar dilakukan baik menggunakan media elektronik dan

media cetak untuk memberikan layanan yang lebih baik kepada konsumen dibandingkan para pesaing.

PT Bank Aceh Syariah merupakan bank umum daerah yang dimiliki oleh pemerintah provinsi Aceh, bank ini telah resmi berkonversi pada tanggal 6 Oktober 2016. Maka sudah sepatutnya PT Bank Aceh Syariah harus berusaha untuk mendapat kepercayaan dari nasabah, Maka dari itu motto kepercayaan tersebut menjadi suatu acuan dalam membangun kualitas pelayanan dengan tujuan untuk meningkatkan kepuasan nasabah yang tinggi. PT Bank Aceh juga merupakan salah satu bank syariah di Aceh yang menawarkan produk pembiayaan murabahah yaitu akad jual beli dimana bank membelikan barang dengan harga jual atau harga pokok dan ditambah margin keuntungan untuk pihak bank dan bisa dibayar secara cicilan atau angsuran dalam hal ini pihak bank mempunyai beberapa sistem, prosedur dan persyaratan yang harus dipenuhi oleh calon debitur. Diantaranya, yaitu dari pihak bank harus memberitahu biaya modal kepada nasabah, kontrak pertama harus sah dan bebas dari unsur riba, bank harus menguasai atau memiliki barang komoditi tersebut sebelum menjualnya ke nasabah dan komoditi yang dijualbelikan harus halal (Bank Aceh, 2020).

Jumlah nasabah yang mengambil pembiayaan murabahah pada Bank Aceh terus meningkat setiap tahunnya. Hal tersebut ditinjau dari tahun 2014-2018, dapat dilihat dalam tabel 1.1.

Tabel 1.1
Jumlah Nasabah Pembiayaan Murabahah PT Bank Aceh KPO
Banda Aceh 2014-2018

No.	Tahun	Jumlah Nasabah
1	2014	712
2	2015	566
3	2016	820
4	2017	820
5	2018	870

Sumber: Bank Aceh, 2020

Dari data di atas menunjukkan bahwa jumlah keseluruhan nasabah yang mengambil pembiayaan murabahah dari tahun 2015 sampai dengan tahun 2018 pada PT Bank Aceh KPO Banda Aceh meningkat setiap tahunnya, walaupun pada tahun 2014 ke tahun 2015 mengalami penurunan. Akan tetapi, penurunan ini dapat diatasi oleh PT Bank Aceh KPO Banda Aceh pada tahun berikutnya. Hal ini ditandai dengan PT Bank Aceh KPO Banda Aceh mampu meningkatkan kembali nasabah yang mengambil pembiayaan murabahah ini.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan untuk pembiayaan murabahah ini sudah dapat digolongkan baik terhadap produk yang ditawarkan oleh Bank Aceh ini yang ditandai dengan meningkatnya jumlah nasabah. Begitu pula dengan kepuasan nasabah juga dapat digolongkan puas karena peningkatan nasabah tersebut. Berdasarkan hal ini dapat dikatakan bahwa nasabah pembiayaan murabahah ini loyal kepada produk pembiayaan murabahah.

Adapun Bank Aceh merupakan objek dari penelitian yang penulis pilih karena merupakan salah satu bank daerah yang berada

di Aceh dan mempunyai tingkat kemajuan yang terkendali setiap tahunnya, serta mempunyai pembiayaan produktif syariah dengan tingkat pembiayaan bermasalah Bank Aceh relatif rendah.

Seperti penelitian yang dilakukan oleh supriyatmini (2005), Widjojo (2013), Magdalena (2014), Prabwati (2016), Setiawan (2017), Simanihuruk (2018), dan Azis dan Putra (2019) sama-sama menggunakan variabel loyalitas nasabah sebagai variabel dependennya. Sedangkan perbedaan penelitian ini terletak pada variabel independennya dimana, tidak semua penelitian menggunakan persepsi nasabah dan kepuasan nasabah. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Supriyatmini (2005), Azis dan Putra (2019) dan Simanihuruk (2018), mereka menggunakan kualitas pelayanan, harga, reputasi perusahaan dan persepsi nilai sebagai variabel independennya.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk mengkaji dan melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pembiayaan Murabahah Pada Bank Aceh Kantor Pusat Operasional Banda Aceh (Studi Kasus Pada PT Bank Aceh KPO Banda Aceh)”.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis merumuskan masalah untuk memudahkan dalam pembahasan selanjutnya. Adapun rumusan masalah adalah:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pembiayaan murabahah pada PT Bank Aceh KPO Banda Aceh?
2. Apakah kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pembiayaan murabahah pada PT Bank Aceh KPO Banda Aceh?
3. Apakah kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pembiayaan murabahah pada PT Bank Aceh KPO Banda Aceh?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan nasabah terhadap loyalitas nasabah pembiayaan murabahah pada PT Bank Aceh KPO Banda Aceh.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pembiayaan murabahah pada PT Bank Aceh KPO Banda Aceh.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pembiayaan murabahah pada PT Bank Aceh KPO Banda Aceh.

1.4 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan, antara lain:

1. Bagi penulis

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan atau pengetahuan penulis mengenai penerapan dan pelaksanaan pembiayaan khususnya pembiayaan murabahah.

2. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan atau saran bagi Bank Aceh KPO Banda Aceh dalam meningkatkan pelayanan kepada nasabah dan sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan pada masa yang akan datang jika suatu waktu dibutuhkan semoga dapat bermanfaat.

3. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pembaca atau pihak lain dapat dijadikan bahan pertimbangan atau referensi untuk penelitian selanjutnya.

1.5 Sistematika Pembahasan

Untuk lebih terarah dalam pembahasan skripsi ini, penulis membuat sistematika pembahasan sesuai dengan masing-masing bab. Penulis membaginya menjadi 5 (lima) bab, yang masing-masing bab terdiri dari beberapa sub bab yang merupakan penjelasan dari bab tersebut. Adapun sistematika pembahasan tersebut adalah sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan, berisi uraian tentang Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, serta Sistematika Pembahasan.

BAB II Landasan Teori, yang menguraikan tentang teori-teori yang diperlukan, penelitian terkait, dan mengembangkan kerangka pemikiran.

BAB III Metode Penelitian, berisikan informasi mengenai penelitian dan bagaimana cara untuk melakukan penelitian serta cara apa yang digunakan untuk meneliti. Bab ini berisikan mengenai jenis penelitian, lokasi penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data dan metode analisa data.

Kemudian BAB IV Hasil Penelitian, merupakan bab hasil dan pembahasan inti dari penelitian berisi tentang gambaran objek penelitian, hasil analisis data dan pembahasan.

BAB V Penutup, bab kelima ini merupakan akhir dari seluruh rangkaian pembahasan dalam skripsi ini. Bab ini berisi: kesimpulan dan saran saran dari penulis mengenai hal-hal yang dibahas dalam skripsi ini.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Bank Syariah

Kata syariah berasal dari bahasa Arab, dari akar kata *syara'a*, yang berarti jalan, cara, dan aturan. Syariah digunakan dalam arti luas dan sempit. Dalam arti luas, syariah dimaksudkan sebagai seluruh ajaran dan norma-norma yang dibawa oleh Nabi Muhammad Saw, yang mengatur kehidupan manusia baik dalam aspek kepercayaan maupun dalam aspek tingkah laku praktisnya. Singkatnya, syariah adalah ajaran-ajaran agama Islam itu sendiri, yang dibedakan menjadi dua aspek, yaitu ajaran tentang kepercayaan (akidah) dan ajaran tentang tingkah laku (*amaliah*). Dalam hal ini, syariah dalam arti luas identik dengan syarak (*asy-syar'i*) dan *ad-dn* (agama Islam). Dalam arti sempit, syariah merujuk kepada aspek praktis (*amaliah*) dari syariah dalam arti luas, yaitu aspek yang berupa kumpulan ajaran atau norma yang mengatur tingkah laku kongkret manusia. Syariah dalam arti luas sempit inilah yang lazim diidentikkan dan diterjemahkan sebagai hukum Islam (Kasmir, 2015).

Dalam UU No. 21 tahun 2008 Bab I pasal 1 ayat 7 tentang Perbankan Syariah, dijelaskan bahwa bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah.

Menurut Ascarya (2007) Bank syariah adalah suatu lembaga keuangan bank yang dalam operasionalnya dan produknya dikembangkan berlandaskan pada prinsip syariah Islam, dan tata cara operasinya mengacu kepada ketentuan Alquran dan Hadis. Selain itu menurutnya bank syariah adalah bank yang melakukan kegiatan usaha perbankan berdasarkan prinsip syariah. Sebagaimana telah ditegaskan dalam penjelasan umum UU Perbankan Syariah bahwa kegiatan usaha yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah meliputi kegiatan usaha yang tidak mengandung unsur riba, maisir, gharar, haram dan zalim.

Berdasarkan Pasal 4 UU Nomor 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, disebutkan bahwa bank syariah wajib menjalankan fungsi menghimpun dana dan menyalurkan dana masyarakat. Bank syariah juga dapat menjalankan fungsi sosial dalam bentuk lembaga Baitul Mal, yaitu menerima dana yang berasal dari zakat, infak, sedekah, hibah, atau dana sosial lainnya (antara lain denda terhadap nasabah) dan menyalurkannya kepada organisasi pengelola zakat. Selain itu, bank syariah juga dapat menghimpun dana sosial yang berasal dari wakaf uang dan menyalurkan kepada pengelola wakaf sesuai dengan kehendak pemberi wakaf.

Adapun fungsi bank syariah yang telah diklasifikasikan kedalam empat fungsi, yaitu:

1. Fungsi Manajer Investasi

Fungsi ini dapat dilihat dari segi penghimpunan dana oleh bank syariah, khususnya dana mudharabah. Dengan fungsi ini, bank syariah bertindak sebagai manajer investasi dari pemilik dana (*shahibul maal*) dalam hal dana tersebut harus dapat disalurkan pada penyaluran yang produktif, sehingga dana yang dihimpun dapat menghasilkan keuntungan yang akan dibagi hasilkan antara bank syariah dan pemilik dana

2. Fungsi Investor

Dalam penyaluran dana, bank syariah berfungsi sebagai investor (pemilik dana). Sebagai investor penanaman dana yang dilakukan oleh bank syariah harus dilakukan pada sektor-sektor yang produktif dengan risiko yang minim dan tidak melanggar ketentuan syariah. Selain itu, dalam menginvestasikan dana bank syariah harus menggunakan alat investasi yang sesuai dengan syariah. Investasi yang sesuai dengan syariah meliputi akad jual beli (*murabahah*, *salam*, dan *isthisna*), akad investasi (*mudarabah* dan *musyarakah*), akad sewa-menyewa (*ijarah* dan *ijarah muntahiya bit tamlik*), dan akad lainnya yang dibolehkan oleh syariah.

3. Fungsi Jasa Keuangan

Fungsi jasa keuangan yang dijalankan oleh bank syariah tidaklah berbeda dengan bank konvensional, seperti

memberikan layanan kiliring, transfer, inkaso, pembayaran gaji, *letter of guarantee*, *letter of credit*, dan lain sebagainya. Akan tetapi, dalam hal mekanisme mendapatkan keuntungan dari transaksi tersebut, bank syariah tetap harus menggunakan skema yang sesuai dengan prinsip syariah

4. Fungsi Sosial

Memberikan pelayanan sosial kepada masyarakat melalui dana qard (pinjaman kebaikan) atau zakat dan sumbangan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Adapun 5 (lima) transaksi yang lazim digunakan praktik perbankan syariah yaitu:

- a. Transaksi yang tidak mengandung riba.
- b. Transaksi yang ditujukan untuk memiliki barang dengan cara jual beli (murabahah).
- c. Transaksi yang ditujukan untuk mendapatkan jasa dengan cara sewa (ijarah).
- d. Transaksi yang ditujukan untuk mendapatkan modal kerja dengan cara bagi hasil (mudharabah).
- e. Transaksi deposito, tabungan giro yang imbalannya adalah bagi hasil (mudharabah) dan transaksi titipan (wadi'ah).

2.2 Pembiayaan Murabahah

2.2.1 Pengertian Pembiayaan Murabahah

Pembiayaan murabahah terdiri dari dua suku kata, yaitu pembiayaan dan murabahah. Pembiayaan merupakan pemberian fasilitas penyediaan dana untuk memenuhi kebutuhan pihak-pihak yang merupakan defisit unit. Menurut undang-undang perbankan No. 10 Tahun 1998 ayat 12 adalah pembiayaan berdasarkan prinsip syariah adalah penyediaan uang atau tagihan yang dapat dipersamakan dengan itu, berdasarkan persetujuan atau kesepakatan antara bank dengan pihak lain yang mewajibkan pihak yang dibiayai untuk mengembalikan uang atau tagihan tersebut setelah waktu tertentu dengan imbalan atau bagi hasil.

DSN-MUI memberikan batasan-batasan umum yang harus dipatuhi oleh bank syariah terkait murabahah, yaitu:

1. Pelaksanaan akad murabahah yang bebas riba.
2. Barang yang diperjualbelikan tidak diharamkan oleh syariah.
3. Bank membeli barang secara sah dan bebas riba.
4. Bank menyampaikan segala hal terkait pembelian pertama.
5. Apabila bank mewakili pembelian barang kepada nasabah, maka akad jual beli murabahah antara bank dengan nasabah harus dilakukan setelah barang yang diperjualbelikan secara prinsip telah menjadi milik bank.

Menurut Peraturan Bank Indonesia No. 7/46/PBI/2005 tentang akad penghimpunan dan penyaluran dana bagi bank yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah, telah ditetapkan bahwa ketentuan pembiayaan melalui jual beli murabahah adalah sebagai berikut, yaitu: Kegiatan penyaluran dana dalam bentuk pembiayaan berdasarkan murabahah berlaku persyaratan paling kurang sebagai berikut:

1. Bank menyediakan dana pembiayaan berdasarkan perjanjian jual beli barang.
2. Jangka waktu pembayaran harga barang oleh nasabah kepada bank ditentukan berdasarkan kesepakatan antara bank dan nasabah.
3. Bank dapat membiayai sebagian atau seluruh harga pembelian barang yang telah disepakati kualifikasinya
4. Dalam hal bank mewakilkan kepada nasabah (wakalah) untuk membeli barang maka akad murabahah harus dilakukan setelah barang secara prinsip menjadi milik bank.
5. Bank dapat meminta nasabah untuk membayar uang muka atau urbun saat menandatangani kesepakatan awal pemesanan barang oleh nasabah.
6. Bank dapat meminta nasabah untuk menyediakan angunan tambahan selain barang yang dibiayai bank.
7. Kesepakatan margin harus ditentukan satu kali pada awal akad dan tidak berubah selama periode akad.

8. Angsuran pembiayaan selama periode akad harus dilakukan secara proposional.

2.2.2 Landasan Hukum Pembiayaan Murabahah

Landasan hukum pengaturan pembiayaan murabahah adalah Fatwa Dewan Syariah Nasional Nomor 04/DSN-MUI/IV/2000, bahwa dalam rangka membantu masyarakat guna melangsungkan meningkatkan kesejahteraan dan berbagai kegiatan, bank syariah perlu memiliki fasilitas murabahah bagi yang memerlukannya, yaitu menjual suatu barang dengan menegaskan harga belinya kepada pembeli dan pembeli membayarnya dengan harga yang lebih sebagai laba.

Ayat yang dijadikan sebagai dasar hukum pelaksanaan pembiayaan murabahah diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Al-Quran Surat An-Nisa' Ayat 29

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِالْبَاطِلِ إِلَّا

أَن تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ مِّنكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنفُسَكُمْ إِنَّ

اللَّهُ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu." (Q.S An-Nisa: 29)

Al-Hafizh Ibnu Katsir dalam tafsir ayat diatas mengatakan: Allah SWT melarang hamba-hamba Nya yang beriman memakan harta sebagian dari mereka atas sebagian yang dengan cara yang bathil, yakni melalui usaha yang tidak diakui oleh syariat, seperti dengan cara riba dan judi, serta cara-cara lainnyayang termasuk kedalam kategori tersebut dengan menggunakan berbagai macam tipuan dan pengelabuan. Sekalipun pada lahiriah nya cara-cara tersebut memakai cara yang diakui oleh hukum Syara' tetapi Allah lebih mengetahui bahwa sesungguhnya para pelakunya hanyalah semata-mata menjalankan riba, tetapi dengan cara hailah (tipu muslihat).

2. Al-Quran Surat Al-Baqarah Ayat 275

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ
الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا
وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ
فَأَنْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ

أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ ﴿٢٧٥﴾

Artinya: “Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila.

Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.” (Q.S Al-Baqarah: 275)

Al-Hafizh Ibnu Katsir dalam tafsir ayat diatas mengatakan: apa-apa yang bermanfaat bagi hamba-Nya maka Allah memperbolehkannya dan apa-apa yang memadharatkan nya maka Dia melarangnya bagi mereka. Dari ayat ini para ulama mengambil sebuah kaidah bahwa seluruh bentuk jual beli hukum asalnya boleh kecuali jual beli yang dilarang oleh Allah dan Rasul-Nya. Yaitu setiap transaksi jual beli yang tidak memenuhi syarat sahnya atau terdapat larangan dalam unsur jual beli tersebut.

2.2.3 Tujuan Pembiayaan Murabahah

Dengan menggunakan fasilitas murabahah, bank dapat membiayai nasabahnya untuk keperluan modal kerja atau pembiayaan perdagangan. Adapun tujuan pembiayaan murabahah antara lain, yaitu (Naja, 2011:43):

1. Bank dapat membiayai keperluan modal kerja nasabahnya untuk membeli bahan mentah, bahan setengah jadi, barang jadi, suku cadang atau penggantian.

2. Bank juga dapat membiayai penjualan barang atau jasa yang dilakukan oleh nasabahnya. Termasuk di dalamnya biaya produksi barang, baik untuk pasar domestik maupun diekspor. Pembiayaan akan meliputi: biaya bahan mentah, tenaga kerja, *overhead cost*, margin keuntungan.
3. Nasabah dapat pula meminta bank untuk membiayai stok dan persediaan mereka. Keperluan pembiayaan mereka ditentukan pada besarnya stok dan persediannya (*re-ordering level*). Pembiayaan juga meliputi biaya bahan mentah, tenaga kerja, dan *overhead*.
4. Dalam hal dimana nasabah perlu untuk mengimpor bahan mentah, barang setengah jadi, suku cadang, dan penggantian dari luar negeri menggunakan *letter of credit*, bank dapat membiayai permintaan akan *letter of credit* tersebut dengan menggunakan prinsip murabahah.

Nasabah yang telah mendapatkan kontrak, baik kontrak kerja maupun kontrak pemasukan barang, dapat pula meminta pembiayaan dari bank, bank dapat membiayai keperluan ini dengan prinsip murabahah, dan untuk itu bank dapat meminta surat perintah kerja dari nasabah yang bersangkutan.

2.2.4 Rukun dan Syarat Murabahah

Secara umum, jual beli terpaku pada akad yang intinya ijab kabul dan kerelaan kedua belah pihak. Apabila terpenuhi, maka jual beli tersebut sudah terlaksana dan sah. Namun demikian,

masing-masing pihak memiliki hak khiyar yang terdiri dari khiyar majlis, khiyar syarat, dan khiyar aib (Imama, 2010). Sebagai salah satu bentuk jual beli, maka rukun yang harus dipenuhi dalam murabahah adalah rukun jual beli secara umum, antara lain:

1. Penjual dan pembeli, keduanya disyaratkan berakal dan orang yang berbeda.
2. Ijab kabul, rukun ini mensyaratkan pelaku baligh dan berakal, kesesuaian antara kabul dengan ijab, dan pelaksanaannya dalam satu majelis.
3. Obyek jual beli, barang yang diperjualbelikan disyaratkan ada (bukan kamufase) dan dimiliki oleh penjual. Kejelasan spesifikasi obyek jual beli adalah keharusan karena berkaitan dengan kejujuran dan kerelaan kedua belah pihak.
4. Nilai tukar (harga). Sifatnya harus pasti dan jelas baik jenis maupun jumlahnya. Murabahah juga terikat dengan syarat jual beli pada umumnya yaitu terhindar dari cacat seperti spesifikasi yang tidak.

Murabahah juga terikat dengan syarat jual beli pada umumnya yaitu terhindar dari cacat seperti spesifikasi yang tidak diketahui, harga yang tidak jelas, adanya unsur paksaan, tipuan, mudarat, dan segala hal yang dapat merusak akad. Selain itu, jual beli baru dikatakan sempurna apabila telah terbebas dari segala macam khiyar. Apabila syarat di atas terpenuhi, maka jual beli telah sah dan masing-masing pihak tidak berhak membatalkan jual beli secara sepihak kecuali dengan kesepakatan baru.

Menurut Zuhaili (2004) ada beberapa syarat khusus yang harus dipenuhi dalam murabahah diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Harga awal diketahui. Penjual harus memberitahu kepada pembeli harga awal dari barang yang dijual. Berlaku untuk semua bentuk jual beli amanah.
2. Laba diketahui. Laba harus diketahui karena merupakan bagian dari harga.
3. Modal yang terukur secara pasti. Tidak dibenarkan untuk menghitung laba berdasarkan perkiraan harga awal.
4. Tidak menggunakan harta yang dapat bertambah nilainya sebagai alat tukar, seperti menjual emas dengan emas secara murabahah.
5. Akad jual beli pertama harus sah

2.2.5 Mekanisme Pembiayaan Murabahah

Adapun mekanisme pembiayaan murabahah bank syariah menurut Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI No: 04/DSN-MUI/IV/2000 tentang Murabahah adalah sebagai berikut.

1. Nasabah mengajukan permohonan pembelian barang kepada bank.
2. Bank mempelajari permohonan nasabah. Apabila diterima, maka bank membeli barang/ aset sesuai spesifikasi pesanan nasabah secara sah dari penjual pertama.

3. Bank menawarkan barang dengan spesifikasi yang diminta dan nasabah harus membelinya sesuai perjanjian yang telah disepakati.
4. Bank dan nasabah melakukan transaksi jual beli murabahah meliputi negosiasi harga, sistem dan jangka waktu pembayaran, ijab dan kabul, serah terima barang.
5. Nasabah membayar kewajibannya kepada bank, baik secara angsur atau sekaligus dalam jangka waktu yang telah disepakati bersama.

2.3 Loyalitas Nasabah

Loyalitas nasabah merupakan salah satu tujuan inti yang diupayakan dalam pemasaran modern. Karena dengan adanya loyalitas nasabah perusahaan akan mendapatkan keuntungan dalam jangka panjang. Selanjutnya (Griffin, 2003:223) mengemukakan keuntungan-keuntungan yang akan diperoleh perusahaan apabila memiliki nasabah yang loyal antara lain:

1. Mengurangi biaya pemasaran (karena biaya untuk menarik nasabah baru lebih mahal)
2. Mengurangi biaya transaksi (seperti biaya negosiasi kontrak, pemrosesan pesanan, dll)
3. Mengurangi biaya turnover nasabah (karena pergantian nasabah yang lebih sedikit)
4. Meningkatkan penjualan silang yang akan memperbesar pangsa pasar perusahaan.

5. *Word of mouth* yang lebih positif dengan asumsi bahwa nasabah yang loyal juga berarti yang merasa puas.

Ciri-ciri nasabah yang Loyal:

1. *Makes regular repeat purchase* (melakukan pembelian ulang secara teratur)
2. *Purchases across product and service lines* (melakukan pembelian lini produk yang lain dari perusahaan yang bersangkutan)
3. *Refers others* (memberikan referensi kepada orang lain)
4. *Demonstrates immunity to the pull of the competition* (menunjukkan kekebalan terhadap tarikan pesaing)

Indikator dari loyalitas nasabah (Kotler & Keller, 2006:57) adalah sebagai berikut:

1. *Repeat Purchase* (Kesetiaan terhadap pembelian produk) pembelian secara berulang-ulang dan untuk membangun kesetiaan pelanggan terhadap suatu produk atau jasa yang dihasilkan oleh badan usaha tersebut membutuhkan waktu yang lama melalui suatu proses yang berulang-ulang tersebut.
2. *Retention* (Ketahanan terhadap pengaruh yang negatif mengenai perusahaan) pelanggan mengacu pada kemampuan perusahaan atau produk untuk mempertahankan pelanggannya selama beberapa periode tertentu.

3. *Referalls* (Mereferensikan secara total eksistensi perusahaan) yaitu rekomendasi atau arahan inisiatif dari mulut ke mulut yang dirancang oleh sebuah perusahaan untuk memberi insentif kepada pelanggan yang sudah ada untuk memperkenalkan keluarga, teman, dan kontak mereka untuk menjadi pelanggan baru.

2.4 Kualitas Pelayanan

2.4.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan (*service quality*) merupakan konsepsi yang abstrak dan sukar dipahami, karena kualitas pelayanan memiliki karakteristik tidak berwujud (*intangibility*), bervariasi (*variability*), tidak tahan lama (*perishability*), serta produksi dan konsumsi jasa terjadi secara bersamaan (*inseparitibility*) (Tjiptono, 2002). Walau demikian, bukan berarti kualitas pelayanan tidak dapat diukur. Menurut Wickof (dalam Tjiptono, 2002:59), kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Apabila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik atau memuaskan. Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika kualitas pelayanan yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan maka kualitas pelayanan

dipersepsikan buruk. Dengan demikian baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya yang konsisten.

Pada prinsipnya, definisi kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Tjiptono (2005: 259), harapan pelanggan bisa berupa tiga macam tipe yaitu:

1. *Will Expectation*, yaitu tingkat kinerja yang yang diprediksi atau diperkirakan konsumen akan diterimanya, berdasarkan semua informasi yang diketahuinya. Tipe ini merupakan tingkat harapan yang paling sering dimaksudkan oleh konsumen, sewaktu menilai kualitas jasa tertentu.
2. *Should Expectation*, yaitu tingkat kinerja yang dianggap sudah sepatasnya diterima konsumen. Biasanya tuntutan dari apa yang diterima jauh lebih besar daripada apa yang diperkirakan akan diterima.
3. *Ideal Expectation*, yaitu tingkat kinerja optimum atau terbaik yang diharapkan dapat diterima konsumen.

2.4.2 Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2005:134) mengemukakan lima dimensi pokok yang digunakan dalam menilai suatu kualitas pelayanan pada perusahaan jasa, meliputi :

1. Bukti fisik (*tangibles*), berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.
2. Keandalan (*reliability*), berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.
3. Daya tangkap (*responsiveness*), berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan saja akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.
4. Jaminan (*assurance*), yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk mengenai setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.
5. Empati (*empathy*), berarti perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.

2.5 Kepuasan Nasabah

2.5.1 Pengertian Kepuasan

Kepuasan atau ketidakpuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang dimiliki seseorang berdasarkan perbandingan antara kenyataan yang diperoleh dengan harapan yang dimiliki oleh konsumen (Priansa, 2017). Kata kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa latin “*satis*” (artinya cukup baik, memadai) dan “*facio*” (melakukan sesuatu memadai) (Tjiptono dan Chandra, 2011).

Pengertian kepuasan konsumen menurut Mowen dan Minor dalam Yuniarti bahwasannya kepuasan konsumen sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang dan jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya. Hal ini merupakan penilaian evaluatif pasca-pemilihan yang disebabkan oleh seleksi pembelian khusus dan pengalaman menggunakan atau mengonsumsi baerang dan jasa tersebut. Selain Mowen dan Minor ada Brown yang juga mendefinisikan kepuasan konsumen adalah konsidi terpenuhinya kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen terhadap sebuah produk dan jasa. Konsumen yang puas mengonsumsi produk tersebut secara terus menerus, mendorong konsumen untuk loyal terhadap suatu produk dan jasa tersebut dari mulut ke mulut (Yuniarti, 2015).

2.5.2 Faktor-Faktor Kepuasan

Ada lima faktor yang perlu dipertimbangkan dalam menilai kepuasan, diantaranya yaitu:

1. Kualitas produk, yaitu konsumen akan puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
2. Kualitas pelayanan, yaitu konsumen akan merasa puas apabila mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan.
3. Emosional, yaitu konsumen merasa puas ketika orang memujinya karena menggunakan merek yang mahal.
4. Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama, tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi.
5. Biaya, yaitu konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut (Yuniarti, 2015).

2.5.3 Ciri-Ciri Kepuasan Nasabah

Menurut Kotler adapun ciri-ciri kepuasan nasabah diuraikan sebagai berikut:

1. Loyal terhadap produk, yaitu membeli ulang dari produsen yang sama.
2. Adanya komunikasi dari mulut-kemulut yang bersifat positif, yaitu rekomendasi kepada calon konsumen lain dan mengatakan hal-hal yang baik mengenai produk dan perusahaan produk yang dikonsumsi.

3. Perusahaan menjadi pertimbangan utama, yaitu ketika membeli merek lain, perusahaan yang telah memberikan kepuasan kepadanya akan menjadi pertimbangan utama.

2.6 Penelitian Terkait

Penelitian terdahulu adalah penelitian yang didasarkan atas penelitian-penelitian yang telah ada sebelumnya dengan penambahan variabel dan metode penelitian yang berbeda bisa didapatkan dari skripsi, jurnal dan tesis. Di bawah ini terdapat beberapa penelitian terdahulu yang digunakan peneliti sebagai acuan atau landasan yang berkaitan dengan permasalahan pada penelitian ini antara lain:

Penelitian oleh Supriyatmini (2005) yang berjudul pengaruh persepsi nasabah tentang kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada Baitul Maal Wattamwil (BMT) “ANDA” Semarang. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi nasabah mengenai kualitas pelayanan dan tingkat loyalitas para nasabah BMT “ANDA” Semarang, serta untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh pada loyalitas nasabah pada BMT “ANDA” Semarang. Populasi dalam penelitian ini adalah 144 orang dengan sampelnya adalah 60 orang, pengambilan sampel dilakukan secara *random sampling*. Variabel penelitian ada dua yakni kualitas pelayanan sebagai variabel bebas (X), dan loyalitas nasabah sebagai variabel terikat (Y). Metode pengumpulan data

menggunakan angket (kuesioner), dokumentasi dan wawancara. Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis deskriptif untuk menganalisa kualitas pelayanan dengan menggunakan model SERVQUAL, sedangkan untuk mengetahui pengaruh antara kualitas pelayanan dengan loyalitas nasabah menggunakan analisis regresi linear sederhana dengan menggunakan program komputasi SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan termasuk dalam kategori baik (41,7%) dan variabel loyalitas nasabah termasuk dalam kategori loyalitas tinggi (38,3%). Dari analisis regresi diperoleh uji $F_{hitung} = 26,552 > F_{tabel} = 4,001$ pada taraf kesalahan 5%, yang berarti bahwa hipotesis kerja diterima. Selain itu hasil perhitungan diperoleh koefisien regresi 0,318. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah adalah sebesar 31,8%.

Selanjutnya penelitian oleh Widjojo (2013) yang berjudul pengaruh persepsi nilai pelanggan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen Hypermart Pakuwon Trade Center di Surabaya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh persepsi nilai seorang pelanggan dan konsumen kepuasan terhadap loyalitas konsumen Hypermart PTC di Surabaya. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non probabilitas sampling. Sampel yang digunakan adalah 150 orang konsumen Hypermart PTC di Surabaya. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan bantuan program

SPSS. Hasil analisis ini menunjukkan bahwa persepsi nilai seorang pelanggan dan kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen PTC Hypermart di Surabaya.

Kemudian Magdalena (2014) dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah KPR BTN Pada PT Bank Tabungan Negara Tbk. Cabang Padang. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh kepuasan nasabah KPR BTN terhadap loyalitas pada PT. Bank Tabungan Negara Tbk. Cabang Padang. Sampel penelitian ini adalah nasabah KPR BTN pada PT. Bank Tabungan Negara, Tbk. Cabang Padang dengan jumlah sebanyak 390 orang. Instrument penelitian yang digunakan adalah angket penelitian yang selanjutnya digunakan sebagai data primer untuk bahan penganalisaan yang dilakukan dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis persamaan regresi linier sederhana, analisis koefisien korelasi, analisis koefisien determinasi dan uji t. Hasil penelitian adalah kepuasan nasabah KPR BTN berpengaruh positif terhadap loyalitas pada PT. Bank Tabungan Negara Tbk. Cabang Padang. Besarnya pengaruh kepuasan nasabah KPR BTN terhadap loyalitas pada PT. Bank Tabungan Negara Tbk. Cabang Padang adalah 73,2% dan sisanya 26,8% dipengaruhi selain kepuasan nasabah KPR BTN.

Selanjutnya Prabawati (2016) dalam penelitiannya yang berjudul pengaruh persepsi kualitas pelayanan bank terhadap

loyalitas nasabah dalam menabung. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan pengaruh persepsi kualitas pelayanan bank terhadap loyalitas nasabah dalam menabung. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan skala loyalitas dan persepsi kualitas pelayanan. Pengukuran ini dilakukan pada 276 nasabah yang menabung dengan menggunakan teknik *cluster sampling*. Analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik Analisis Regresi Linear Berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara persepsi kualitas pelayanan bank terhadap loyalitas nasabah dalam menabung ($F_{hitung} = 36,096$; $p = 0,000$; $p < 0,010$) dengan kontribusi yang diberikan sebesar 39,0%.

Kemudian oleh Setiawan (2017) dalam penelitiannya yang berjudul Kualitas layanan, persepsi nilai dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah bank. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan, nilai yang dirasakan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan layanan bank di Kota Palembang. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan jumlah responden 184 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Hasil penelitian ini adalah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Dipersepsi nilai berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Kepuasan konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Kemudian, kualitas layanan, nilai yang dirasakan dan kepuasan

konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Kemudian oleh Simanihuruk (2018) dalam penelitiannya yang berjudul pengaruh persepsi kualitas dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah (studi kasus: nasabah koperasi kredit (credit union) Mandiri Tebing Tinggi). Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh persepsi kualitas dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah Koperasi Kredit (*Credit Union*) Mandiri (Kopdit CU Mandiri). Jumlah sampel penelitian ini adalah 96 nasabah, metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dan dokumentasi, metode analisis data digunakan regresi linier dan berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap persepsi kualitas, variabel reputasi perusahaan berpengaruh signifikan terhadap persepsi kualitas, variabel persepsi kualitas berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas nasabah, variabel kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas nasabah, variabel harga dan reputasi perusahaan mempunyai pengaruh yang positif terhadap persepsi kualitas dan variabel persepsi kualitas dan kepuasan nasabah mempunyai pengaruh yang positif terhadap loyalitas nasabah.

Selanjutnya oleh Khavia (2018) dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Bank Muamalat Di Banda Aceh. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan menggunakan

prinsip CARTER terhadap peningkatan loyalitas nasabah Bank Muamalat Banda Aceh. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang tergolong dalam jenis penelitian kausalitas. Teknik pengumpulan data yang digunakan berupa angket/kuesioner. Sampel yang diilih sebanyak 120 responden berdasarkan rumus slovin. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian yang diperoleh melalui uji parsial menunjukkan bahwa kepatuhan syariah (*compliance*), keandalan (*reliability*) dan empati (*emphaty*) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat Banda Aceh. Sedangkan jaminan (*assurance*), bukti fisik (*tangible*) dan daya tanggap (*responsiveness*) tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat Banda Aceh. Adapun uji secara simultan kualitas pelayanan yang terdiri dari *compliance*, *assurance*, *reliability*, *tangible*, *emphaty* dan *responsiveness* (CARTER) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat Banda Aceh sebesar 26,7%.

Dan Aziz dan Putra (2019) dalam penelitiannya yang berjudul pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas nasabah PT Bank Rakyat Indonesia Cabang Padang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan pelanggan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan pada PT Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Padang. Sampel diambil dengan menggunakan *Proportionate Cluster Random Sampling* diperoleh dari 100

pelanggan. Instrumen penelitian menggunakan angket. Data dianalisis menggunakan Analisis Jalur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap konsumen loyalitas. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sebesar 61,5%, dan pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan adalah 54,6%.

Tabel 2.1
Matrik Penelitian Sebelumnya

No	Peneliti (Tahun)	Tujuan Penelitian	Objek Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1	Supriyatmini (2005)	Untuk mengetahui persepsi nasabah mengenai kualitas pelayanan dan tingkat loyalitas para nasabah BMT "ANDA" Semarang, serta untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh pada loyalitas nasabah pada BMT "ANDA" Semarang.	BMT "ANDA" Semarang	Metode analisis deskriptif dan analisis regresi linear sederhana	Variabel kualitas pelayanan termasuk dalam kategori baik (41,7%) dan variabel loyalitas nasabah termasuk dalam kategori loyalitas tinggi (38,3%). Dari analisis regresi diperoleh kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.
2	Widjojo (2013)	Untuk menguji pengaruh persepsi nilai seorang pelanggan dan konsumen kepuasan terhadap loyalitas konsumen Hypermart PTC di Surabaya.	Hypermart Pakuwon Trade Center di Surabaya	Analisis regresi linier berganda	Persepsi nilai pelanggan dan kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen Hypermart Pakuwon Trade Center di Surabaya.

Tabel 2.1 - Lanjutan

No	Peneliti (Tahun)	Tujuan Penelitian	Objek Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
3	Magdalena (2014)	Untuk mengetahui pengaruh kepuasan nasabah KPR BTN terhadap loyalitas pada PT. Bank Tabungan Negara Tbk. Cabang Padang.	PT. Bank Tabungan Negara Tbk. Cabang Padang	Analisis regresi linier sederhana	Kepuasan nasabah KPR BTN berpengaruh positif terhadap loyalitas pada PT. Bank Tabungan Negara Tbk. Cabang Padang.
4	Prabawati (2016)	Untuk menemukan pengaruh persepsi kualitas pelayanan bank terhadap loyalitas nasabah dalam menabung	Bank Jatim Banyuwangi	Analisis regresi linier berganda	Ada pengaruh yang signifikan antara persepsi kualitas pelayanan bank terhadap loyalitas nasabah dalam menabung.
5	Setiawan (2017)	Untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan, nilai yang dirasakan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan layanan bank di Kota Palembang.	Bank di Kota Palembang	Analisis regresi linier berganda	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah bank. 2. Persepsi nilai berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah bank. 3. Kepuasan nasabah berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah bank. 4. Kualitas layanan, persepsi nilai dan kepuasan nasabah berpengaruh secara bersama-sama terhadap loyalitas nasabah bank.

Tabel 2.1 - Lanjutan

No	Peneliti (Tahun)	Tujuan Penelitian	Objek Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
6	Simanihuruk (2018)	Untuk menganalisis pengaruh persepsi kualitas dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah Koperasi Kredit (<i>Credit Union</i>) Mandiri (Kopdit CU Mandiri).	Koperasi kredit (credit union) Mandiri Tebing Tinggi	Analisis regresi linier berganda	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga berpengaruh positif terhadap persepsi kualitas. 2. Reputasi berpengaruh positif terhadap persepsi kualitas. 3. Persepsi kualitas berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. 4. Kepuasan nasabah berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. 5. Harga dan Reputasi berpengaruh positif terhadap persepsi kualitas. 6. Persepsi kualitas dan Kepuasan nasabah berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah.
7	Khavia (2018)	Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan menggunakan prinsip CARTER terhadap peningkatan loyalitas nasabah Bank Muamalat Banda Aceh.	Bank Muamalat Di Banda Aceh.	Analisis regresi linier berganda.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kepatuhan syariah (<i>compliance</i>), keandalan (<i>reliability</i>) dan empati (<i>emphaty</i>) berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat Banda Aceh. 2. Jaminan (<i>assurance</i>), bukti fisik (<i>tangible</i>) dan daya tanggap (<i>responsiveness</i>) tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat Banda Aceh. 3. Secara simultan kualitas pelayanan yang terdiri dari <i>compliance, assurance, reliability, tangible, emphaty</i> dan <i>responsiveness</i> (CARTER) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat Banda Aceh sebesar 26,7%.

Tabel 2.1 - Lanjutan

No	Peneliti (Tahun)	Tujuan Penelitian	Objek Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
8	Aziz dan Putra (2019)	Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada PT Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Padang.	PT Bank Rakyat Indonesia Kantor Cabang Padang	Analisis jalur	kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas nasabah PT Bank Rakyat Indonesia Cabang Padang.

Dari sejumlah penelitian yang dilakukan oleh beberapa peneliti diatas, didapatkan bahwa ada beberapa penelitian yang meneliti hal yang sama dengan yang diteliti oleh penulis. Seperti penelitian yang dilakukan oleh supriyatmini (2005), Widjojo (2013), Magdalena (2014), Prabwati (2016), Setiawan (2017), Simanihuruk (2018), Khavia (2018), dan Azis dan Putra (2019) sama-sama menggunakan variabel loyalitas nasabah sebagai variabel dependennya. Sedangkan perbedaan penelitian ini terletak pada variabel independennya dimana, tidak semua penelitian menggunakan kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. Seperti penelitian yang dilakukan oleh supriyatmini (2005), Azis dan Putra (2019) dan Simanihuruk (2018), mereka menggunakan harga, reputasi perusahaan, dan persepsi nilai sebagai variabel independennya.

2.7 Pengaruh Antar Variabel

2.7.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah

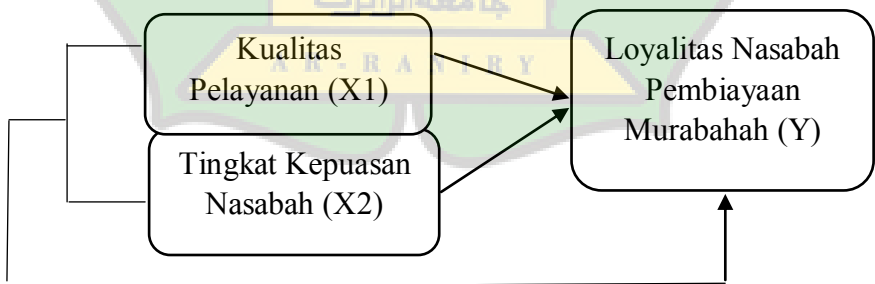
Menurut Wickof dalam Tjiptono (2002:59), kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan adanya peningkatan kualitas layanan maka dapat meningkatkan loyalitas nasabah dan sebaliknya, apabila kualitas layanannya rendah maka dapat menyebabkan tidak loyalitasnya nasabah (Zeithaml, dkk, 1996).

Penelitian Zeithaml, dkk, (1996) menunjukkan bahwa perilaku positif dan negatif nasabah dapat dipengaruhi oleh kualitas layanan yang dirasakan. Beberapa studi telah menemukan bahwa nasabah mungkin beralih ke penyedia layanan lainnya dikarenakan oleh kualitas pelayanan yang buruk. Menurut Parasuraman, dkk (1991) dan Taylor dan Baker (1994), menemukan hubungan yang positif antara kualitas layanan dengan loyalitas nasabah yang ditandai dengan kesediaan nasabah untuk merekomendasikan perusahaan jasa, advokasi, niat pembelian kembali, meningkatkan pembelian, kesediaan untuk membayar harga tinggi, komunikasi dari mulut dan ketahanan terhadap alternatif yang lebih baik. Hal ini menyimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah.

2.7.2 Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah

Menurut Brown dalam Yuniarti (2015), kepuasan nasabah adalah kondisi terpenuhinya kebutuhan, keinginan dan harapan nasabah terhadap sebuah produk dan jasa. Studi empiris menunjukkan bahwa nasabah yang puas cenderung lebih loyal daripada yang kurang puas (Reichheld dan Sasser, 1990). Sebaliknya, ketidakpuasan dapat menyebabkan konsumen melakukan pembelotan. Hubungan antara kepuasan dan loyalitas menunjukkan bahwa kepuasan kumulatif secara langsung dan positif berkaitan dengan loyalitas nasabah. Bowen dan Chen (2001) mengatakan bahwa mempertahankan nasabah yang puas saja tidak cukup, harus ada nasabah yang sangat puas untuk memastikan loyalitas. Oleh karena itu, kepuasan berhubungan positif dengan loyalitas konsumen.

2.8 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1
Kerangka Berpikir

2.9 Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2014) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Dikatakan sementara jawaban yang diberika baru didasarkan pada teori yang relevan, belum ada fakta-fakta yang empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut

- H_{01} : Kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pembiayaan murabahah pada PT Bank Aceh KPO Banda Aceh.
- H_{a1} : Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pembiayaan murabahah pada PT Bank Aceh KPO Banda Aceh.
- H_{02} : Kepuasan nasabah tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pembiayaan murabahah pada PT Bank Aceh KPO Banda Aceh.
- H_{a2} : Kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah pembiayaan murabahah pada PT Bank Aceh KPO Banda Aceh.
- H_{03} : Kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah tidak berpengaruh secara bersama-sama terhadap loyalitas nasabah pembiayaan murabahah pada PT Bank Aceh KPO Banda Aceh.
- H_{a3} : Kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah berpengaruh secara bersama-sama terhadap loyalitas nasabah pembiayaan murabahah pada PT Bank Aceh KPO Banda Aceh.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian adalah cara ilmiah yang dilakukan secara sistematis, teratur, dan tertib baik mengenai prosedurnya maupun proses berfikir tentang materinya dengan tujuan dan kegunaan tertentu serta dapat dibuktikan kebenarannya secara objektif, dan dapat dikembangkan menjadi suatu pengetahuan sehingga pada gilirannya dapat digunakan untuk memahami, memecahkan dan mengantisipasi masalah (Sugiono, 2016:2). Sehingga dalam sebuah penelitian diperlukan untuk mengetahui dan sekaligus menjelaskan jenis penelitian, data dan teknik perolehannya, teknik pengumpulan data, variabel penelitiannya, metode analisis data, dan pengujian hipotesis dari penelitian tersebut.

Penelitian ini dilakukan untuk melihat pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pembiayaan murabahah pada PT Bank Aceh KPO Banda Aceh. Sehingga dalam penelitian ini diperlukan pendekatan penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono (2016:8) penelitian kuantitatif adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Adapun arah penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Menurut Sugiyono (2016:147), metode deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data (fakta) yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Dari fakta-fakta yang terkumpul maka peneliti dapat memaparkan gambaran suatu hasil pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pembiayaan murabahah pada PT Bank Aceh KPO Banda Aceh.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat penelitian yang dilaksanakan dalam suatu penelitian, penelitian ini berlokasi di PT Bank Aceh Kantor Pusat Operasional Banda Aceh yang beralamat di Jl. Tgk. H. Mohd. Daud Beureueh No. 161 Lampriet, Banda Aceh. Peneliti tertarik melakukan penelitian di wilayah ini, karena Bank Aceh KPO Banda Aceh merupakan salah satu bank daerah yang berada di Aceh dan mempunyai tingkat kemajuan yang terkendali setiap tahunnya, serta mempunyai pembiayaan produktif syariah dengan tingkat pembiayaan bermasalah Bank Aceh relatif rendah. Waktu penelitian dilakukan selama 1 bulan di PT Bank Aceh Kantor Pusat Operasional Banda Aceh.

3.3 Data dan Teknik Pemerolehannya

Data adalah sekumpulan informasi yang diperoleh oleh peneliti. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2016:137) data primer adalah data yang didapat dari hasil pengamatan secara langsung oleh peneliti pada tempat yang menjadi objek penelitian atau data yang respondennya langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Menurut Sugiyono (2014) kuesioner adalah sebuah teknik pengumpulan data yang dilaksanakan dengan memberikan beberapa pertanyaan atau pernyataan untuk dijawab oleh responden. Kuesioner dalam penelitian ini difokuskan kepada seluruh nasabah yang mengambil pembiayaan murabahah pada PT Bank Aceh KPO Banda Aceh dengan mengajukan beberapa pertanyaan yang berhubungan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah pembiayaan murabahah pada PT Bank Aceh KPO Banda Aceh.

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung atau menggunakan media perantara lainnya. Dalam penelitian ini, yang dimaksud data sekunder berasal

dari data-data dokumen yang sudah ada instansi terkait seperti buku, jurnal, skripsi, website resmi dari instansi.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2016:80). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah yang mengambil produk pembiayaan murabahah pada PT Bank Aceh KPO Banda Aceh berjumlah 728 orang.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2016:81). Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *simple random sampling*. Menurut Sugiyono (2017:82), *simple random sampling* adalah teknik pengambilan sampel anggota populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Maka setiap unit sampling sebagai unsur populasi yang terpengcil memperoleh peluang yang sama untuk menjadi sampel atau untuk mewakili populasinya.

Maka untuk penentuan banyaknya sampel responden penulis akan menggunakan rumus slovin. Adapun rumus slovin untuk menghitung besaran sampel yaitu: (Umar, 2004:78)

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

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang dicari

N = Jumlah populasi

e = tingkat error (penulis menggunakan 10%)

Dalam penelitian ini jumlah populasi yang diambil yaitu seluruh nasabah yang menggunakan deposito mudharabah di bank syariah (N), dengan sampel dihitung dengan error sebesar 10%, maka sampel ditentukan sebesar:

$$\begin{aligned} n &= \frac{728}{1 + 728(0,1)^2} \\ &= \frac{728}{1 + 728(0,01)} \\ &= \frac{728}{1 + 7,28} \\ &= \frac{728}{8,28} \\ &= 87,92 \text{ (dibulatkan 88)} \end{aligned}$$

Jadi sampel yang diambil di seluruh nasabah pembiayaan murabahah adalah sebanyak 88 orang.

3.5 Variabel Penelitian

3.5.1 Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel independen atau

bebas (Sugiyono, 2014:59). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah loyalitas nasabah.

3.5.2 Variabel Independen (X)

Variabel independen atau disebut juga variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi variabel dependen secara positif maupun negatif (Sekaran, 2011:117). Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X_1) dan kepuasan nasabah (X_2).

Tabel 3.1
Definisi dan Operasionalisasi Variabel

No.	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1.	Kualitas Pelayanan (X_1)	Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bukti fisik (<i>tangibles</i>) 2. Keandalan (<i>reliability</i>) 3. Daya tangkap (<i>responsiveness</i>) 4. Jaminan (<i>assurance</i>) 5. Empati (<i>empathy</i>) 	Likert
2.	Kepuasan Nasabah (X_2)	Tingkat kepuasan yang diperoleh dari kemampuan penyedia untuk memenuhi harapan dan kebutuhan nasabah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian harapan 2. Persepsi kinerja 3. Penilaian Nasabah 	Likert
3.	Loyalitas Nasabah (Y)	Kesetiaan nasabah menggunakan produk/jasa yang ditawarkan bank.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Repeat Purchase 2. Retention 3. Referalls 	Likert

3.6 Skala Pengukuran

Menurut Sugiyono (2014) skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *likert*.

Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2016:93). Untuk setiap pilihan jawaban diberi skor, maka responden harus menggambarkan, mendukung pertanyaan (item positif) atau tidak mendukung pernyataan (item negatif) yang dapat berupa kata-kata “sangat setuju”, “setuju”, “ragu-ragu”, “tidak setuju”, dan “sangat tidak setuju”.

Untuk keperluan analisis, maka jawaban itu dapat diberi skor seperti yang tertera pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.2
Pengukuran Skala Likert

Keterangan	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-Ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono, 2016

Kemudian penafsiran atau interpretasi unsur penilaian dalam instrumen di atas mengikuti kriteria penilaian dalam Oxford (1990) seperti yang di tunjukkan pada tabel di bawah ini:

Tabel 3.3
Interpretasi Skor

Interpretasi	Pernyataan	Skor Mean
Tinggi	Sangat Baik	4,5 – 5,0
	Baik	3,5 – 4,4
Sederhana	Ragu-ragu	2,5 – 3,4
Rendah	Tidak Baik	1,5 – 2,4
	Sangat Tidak Baik	1,0 – 1,4

Sumber: Oxford, 1990

3.7 Uji Instrumen

3.7.1 Uji Validitas

Menurut Ghozali (2016) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisisioner. Suatu kuisisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisisioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisisioner tersebut. Untuk melakukan uji validitas ini menggunakan program SPSS (*Statistic Product and Service Solution*) versi 22. Uji validitas ini dapat disampaikan hal-hal pokoknya, sebagai berikut: (1) Uji ini sebenarnya untuk melihat kelayakan butir-butir pertanyaan dalam kuisisioner tersebut dapat mendefinisikan suatu variabel. (2) Daftar pertanyaan ini pada umumnya untuk mendukung suatu kelompok variabel tertentu. (3) Uji validitas dilakukan setiap butir soal. Hasilnya dibandingkan dengan r tabel untuk *degree of freedom* $df = n - k$ dengan tingkat kesalahan 5%. (4) Jika $r \text{ tabel} < r \text{ hitung}$ maka butir soal disebut valid (Noor, 2011).

3.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2016) uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dalam penelitian ini uji reliabilitas menggunakan SPSS untuk mengidentifikasi seberapa baik item-item dalam kuisisioner yang berhubungan dengan satu dan lainnya. Suatu konstruk atau variabel dinyatakan *reliable* jika memberikan nilai Cronbach Alpha $> 0,60$.

3.8 Uji Asumsi Klasik

3.8.1 Uji Normalitas

Uji asumsi normalitas bertujuan untuk menguji sebuah model regresi apakah variabel independen, variabel dependen, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi normal atau mendekati normal. Dasar pengambilan keputusan memenuhi normalitas atau tidak (Ghozali, 2015:160). Pengujian normalitas dapat dilakukan dengan analisis grafik dan analisis statistik. Analisis grafik merupakan salah satu cara untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data distribusi yang mendekati normal. Namun demikian, hanya dengan melihat histogram, hal ini dapat membingungkan, khususnya untuk jumlah sampel yang kecil. Metode lain yang dapat digunakan adalah

dengan melihat normal *probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Dasar pengambilan keputusan dari analisis normal *probability plot* adalah sebagai berikut:

- a. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

3.8.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas ini bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda maka disebut dengan heteroskedastisitas (Ghozali, 2015:139). Cara mendeteksi heteroskedastisitas yaitu dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen (ZPRED) dengan residualnya (SRESID) dasar analisisnya adalah:

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang,

melebar kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.

- b. Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.8.3 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel independen. Jika antar variabel independen terjadi multikolinieritas sempurna, maka model regresi tersebut tidak dapat menaksir secara tepat sehingga diperoleh kesimpulan yang salah tentang variabel yang teliti. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dalam model regresi dapat dilihat dari *tolerance value* atau *variance inflation factor* (VIF).

Menurut Ghazali (2015:105) mengukur multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* atau *Variance Inflation Factor* (VIF) dari masing-masing variabel, jika nilai toleransi $< 0,10$ atau $VIF > 10$ maka terdapat multikolinieritas, sehingga variabel tersebut harus dibuang, dan sebaliknya jika *tolerance* $> 0,10$ dan $VIF > 10$ maka variabel tersebut tidak terjadi multikolinieritas.

3.9 Analisis Regresi Berganda

Analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda adalah suatu analisis yang

mengukur pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat (Sunnyoto, 2012:47). Jadi analisis ini bertujuan untuk mengukur pengaruh dari variabel bebas yaitu; kualitas pelayanan (X1) dan tingkat kepuasan nasabah (X2), terhadap variabel terikat yaitu loyalitas nasabah pembiayaan murabahah (Y) yang dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e \quad (3.2)$$

Dimana:

Y	= Loyalitas nasabah
a	= Konstanta
β_1 dan β_2	= Koefisien regresi variabel terikat
X ₁	= Kualitas pelayanan
X ₂	= kepuasan nasabah
e	= Error

3.10 Uji Hipotesis

3.10.1 Uji Parsial (Uji-t)

Uji tabel t digunakan untuk melihat pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen secara parsial (masing-masing) sehingga dapat dirumuskan hipotesis untuk yang pertama dalam uraian kalimat, sebagai berikut:

H₀₁ = Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan secara parsial dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pembiayaan syariah pada PT Bank Aceh KPO Banda Aceh.

H_{a1} = Terdapat pengaruh kualitas pelayanan secara parsial dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pembiayaan syariah pada PT Bank Aceh KPO Banda Aceh.

H_{02} = Tidak terdapat pengaruh kepuasan nasabah secara parsial dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pembiayaan syariah pada PT Bank Aceh KPO Banda Aceh.

H_{a2} = Terdapat pengaruh kepuasan nasabah secara parsial dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pembiayaan syariah pada PT Bank Aceh KPO Banda Aceh.

Menurut Sujarweni (2015:161), uji t adalah pengujian koefisien regresi parsial individual yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X_1 dan X_2) secara individual mempengaruhi variabel dependen (Y). Apabila nilai probabilitas signifikansinya lebih kecil dari 0,05 (5%) maka suatu variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Hipotesis diterima jika taraf signifikan ($\alpha < 0,05$) dan hipotesis ditolak jika taraf signifikan ($\alpha > 0,05$) (Sujarweni, 2015:229).

3.10.2 Uji Simultan (Uji-F)

Uji tabel F digunakan untuk melihat pengaruh antara variabel independen secara simultan (bersama-sama) terhadap dependen sehingga dapat dirumuskan hipotesis untuk yang kedua dalam uraian kalimat, sebagai berikut:

H_{03} = Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah secara parsial dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pembiayaan syariah pada PT Bank Aceh KPO Banda Aceh.

H_{a3} = Terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah secara parsial dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pembiayaan syariah pada PT Bank Aceh KPO Banda Aceh.

Menurut Sujarweni (2015:162), uji F adalah pengujian signifikansi persamaan yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas (X_1 dan X_2) secara bersama-sama terhadap variabel tidak bebas (Y). Kriteria Jika $p < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Jika $p > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak (Sujarweni, 2015:228). H_0 diterima jika artinya tidak ada pengaruh yang signifikan secara simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Sebaliknya, H_a diterima artinya ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

3.11 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Besarnya koefisien determinasi adalah nol sampai dengan satu. Semakin mendekati nol, maka semakin kecil pula pengaruh semua variabel independen (X) terhadap nilai

variabel dependen (Y). Jika koefisien determinasi mendekati satu, maka sebaliknya. Menurut Ghozali (2015:97) menjelaskan Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Dan jika nilai mendekati satu (1) maka variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk menjelaskan variabel dependen Y.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Bank Aceh Syariah

4.1.1 Sejarah Bank Aceh Syariah

Gagasan untuk mendirikan Bank milik Pemerintah Daerah di Aceh tercetus atas prakarsa Dewan Pemerintah Daerah Peralihan Provinsi Atjeh yang sekarang disebut sebagai Pemerintahan Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam. Setelah mendapatkan persetujuan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah peralihan Provinsi Aceh di Kutaraja (sekarang Banda Aceh) beberapa orang mewakili Pemerintah Daerah menghadap Mula Pangihutan Tamboenan (wakil notaris) untuk mendirikan suatu bank. Setelah beberapa kali perubahan akte, pada tanggal 2 Februari 1960 diperoleh izin dari Menteri Keuangan dan dengan adanya ketetapan Undang-Undang No. 13 Tahun 1962 tentang Ketentuan-ketentuan Pokok Bank Pembangunan Daerah.

Sepuluh tahun kemudian, tepatnya pada tanggal 7 April 1973, Gubernur Aceh mengeluarkan Surat Keputusan No. 54/1973 mengenai Penetapan Pelaksanaan Pengalihan PT. Bank Kesejahteraan Aceh menjadi Bank Pembangunan Daerah Aceh, penetapan tersebut terjadi pada tanggal 06 Agustus 1973 yang dianggap sebagai hari lahirnya Bank Pembangunan Daerah Aceh dan dipelopori oleh Pemerintah Daerah beserta tokoh masyarakat dan tokoh pengusahawan swasta di Aceh yang merupakan satu-

satunya. Bank daerah berguna untuk meningkatkan perekonomian masyarakat khususnya di Aceh.

Untuk memberikan ruang gerak yang lebih luas pada tanggal 21 April 1999 pemerintah melakukan perubahan peraturan daerah yaitu Bank Aceh yang menjadi perseroan terbatas yang dahulunya bentuk badan hukum. Perubahan ini dilatarbelakangi oleh keikutsertaan bank dalam program rekapitulasi yang berupa peningkatan permodalan bank.

Sejarah baru mulai diukir oleh Bank Aceh melalui hasil rapat RUPSLB (Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa) tanggal 25 Mei 2015 tahun lalu bahwa Bank Aceh melakukan perubahan kegiatan usaha dari sistem konvensional menjadi sistem syariah seluruhnya. Maka dimulai setelah tanggal keputusan tersebut proses konversi dimulai dengan tim konversi Bank Aceh dengan diawasi oleh Otoritas Jasa Keuangan. Setelah melalui berbagai tahapan dan proses perizinan yang disyaratkan oleh OJK akhirnya Bank Aceh mendapatkan izin operasional konversi dari Dewan Komisiner OJK Pusat untuk perubahan kegiatan usaha dari sistem konvensional ke sistem syariah secara menyeluruh.

Izin operasional konversi tersebut ditetapkan berdasarkan Keputusan Dewan Komisiner OJK Nomor. KEP-44/D.03/2016 tanggal 1 September 2016 Perihal Pemberian Izin Perubahan Kegiatan Usaha Bank Umum Konvensional Menjadi Bank Umum Syariah PT Bank Aceh yang diserahkan langsung oleh Dewan Komisiner OJK kepada Gubernur Aceh Zaini Abdullah melalui

Kepala OJK Provinsi Aceh Ahmad Wijaya Putra di Banda Aceh. Sesuai dengan ketentuan yang berlaku bahwa kegiatan operasional Bank Aceh Syariah baru dapat dilaksanakan setelah diumumkan kepada masyarakat selambat-lambatnya 10 hari dari hari ini. Perubahan sistem operasional dilaksanakan pada tanggal 19 September 2016 secara serentak pada seluruh jaringan kantor Bank Aceh. Dan sejak tanggal tersebut Bank Aceh telah dapat melayani seluruh nasabah dan masyarakat dengan sistem syariah murni mengutip Ketentuan PBI Nomor 11/15/PBI/2009.

Proses konversi Bank Aceh menjadi Bank Syariah diharapkan dapat membawa dampak positif pada seluruh aspek kehidupan ekonomi dan sosial masyarakat. Dengan menjadi Bank Syariah, Bank Aceh bisa menjadi salah satu titik episentrum pertumbuhan ekonomi dan pembangunan daerah yang lebih optimal. Kantor Pusat Bank Aceh berlokasi di Jalan Mr. Mohd. Hasan No 89 Batoh Banda Aceh. Sampai dengan akhir tahun 2017, Bank Aceh telah memiliki 161 jaringan kantor terdiri dari 1 Kantor Pusat, 1 Kantor Pusat Operasional, 25 Kantor Cabang, 86 Kantor Cabang Pembantu, 20 Kantor Kas tersebar dalam wilayah Provinsi Aceh termasuk di kota Medan (dua Kantor Cabang, dua Kantor Cabang Pembantu, dan satu Kantor Kas), dan 17 Payment Point. Bank juga melakukan penataan kembali lokasi kantor sesuai dengan kebutuhan (Bank Aceh, 2021).

4.1.2 Visi, Misi, dan Motto Bank Aceh Syariah

Selaras dengan rencana strategis jangka menengah Bank sebagaimana telah dicantumkan dalam *Corporate Plan* PT. Bank Aceh Syariah Tahun 2018–2022, Bank terus melakukan penguatan landasan ideal operasional melalui penyesuaian visi dan misi yang lebih kuat dan fokus pada tujuan dan cita-cita jangka panjang yang lebih akomodatif terhadap semua pemangku kepentingan. Penyesuaian landasan ideal tersebut dimulai sejak ditetapkan dengan komitmen seluruh sumberdaya organisasi dengan daya upaya maksimal untuk mewujudkannya.

Adapun visi Bank Aceh Syariah adalah:

Menjadi “Bank Syariah Terdepan dan Terpercaya dalam Pelayanan di Indonesia”

Misi Bank Aceh Syariah adalah:

1. Menjadi penggerak perekonomian Aceh dan pendukung agenda pembangunan daerah.
2. Memberi layanan terbaik dan lengkap berbasis TI untuk semua segmen nasabah, terutama sektor usaha kecil, menengah, sektor pemerintah maupun korporasi.
3. Menjadi bank yang memotivasi karyawan, nasabah dan *stakeholders* untuk menerapkan prinsip syariah dalam muamalah secara komprehensif (*syumul*).
4. Memberi nilai tambah yang tinggi bagi pemegang saham dan masyarakat Aceh umumnya.

5. Menjadi perusahaan pilihan utama bagi profesional perbankan syariah di Aceh.

Motto (*Corporate Image*) Bank Aceh Syariah adalah Kepercayaan dan Kemitraan. Kepercayaan adalah suatu manifestasi dan wujud Bank sebagai pemegang amanah dari Nasabah, Pemilik dan Masyarakat secara luas untuk menjaga kerahasiaan dan mengamankan kepercayaan tersebut. Kemitraan adalah suatu jalinan kerjasama usaha yang erat dan setara antara Bank dan Nasabah yang merupakan strategi bisnis bersama dengan prinsip saling membutuhkan, saling memperbesar dan saling menguntungkan diikuti dengan pembinaan dan pengembangan secara berkelanjutan.

Dalam rangka mencapai visi, misi dan motto tersebut, usaha PT. Bank Aceh diarahkan pada pengelolaan bank yang sehat dan pada jalur yang benar, perbaikan perekonomian rakyat dan pembangunan daerah dengan melakukan usaha-usaha bank umum yang mengutamakan optimalisasi penyediaan kredit, pembiayaan serta pelayanan perbankan bagi kelancaran dan kemajuan pembangunan di daerah. Untuk mengemban visi dan misi bank tersebut, setiap karyawan dan manajemen harus dapat menganut, meyakini, mengamalkan dan melaksanakan budaya perusahaan (*corporate values*) berlandaskan kepada Budaya Aceh yang kental dengan nilai-nilai dan budaya islam, sehingga nilai perusahaan yang sekarang diadopsi adalah ISLAMI:

1. Integritas yaitu menjalankan tugas dengan penuh tanggung jawab, jujur, berkomitmen dan konsisten.
2. Silaturahmi yaitu membangun hubungan yang baik dan kemitraan dengan nasabah serta *stakeholder*.
3. Loyalitas yaitu memberikan produk dan layanan yang terbaik bagi nasabah.
4. Amanah yaitu membangun sikap untuk menepati dan memenuhi janji kepada nasabah.
5. Madani yaitu menciptakan dan mengembangkan kemajuan bank secara terus menerus.
6. Ikhlas yaitu menciptakan dan membentuk sikap yang tulus dalam bekerja dan pengabdian (Bank Aceh, 2021).

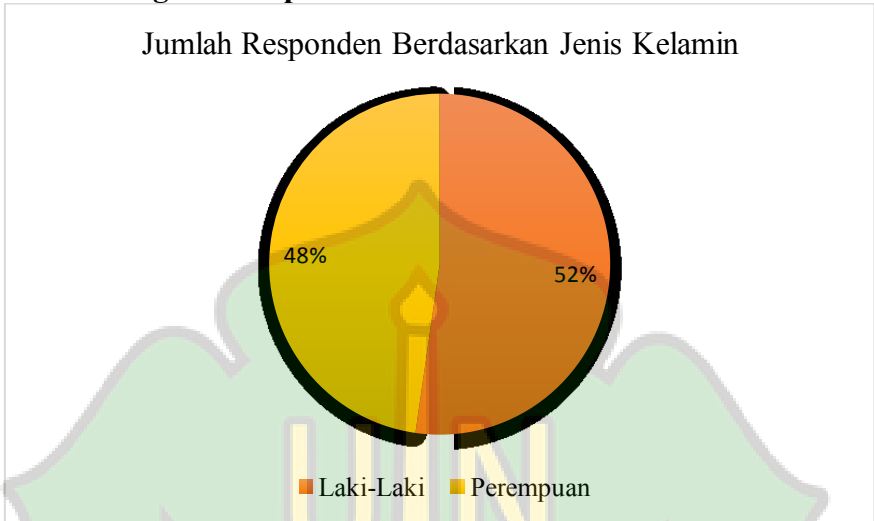
4.2 Karakteristik Responden

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan jenis kelamin responden, maka data dapat diuraikan sebagai berikut:



Gambar 4.1
Diagram Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



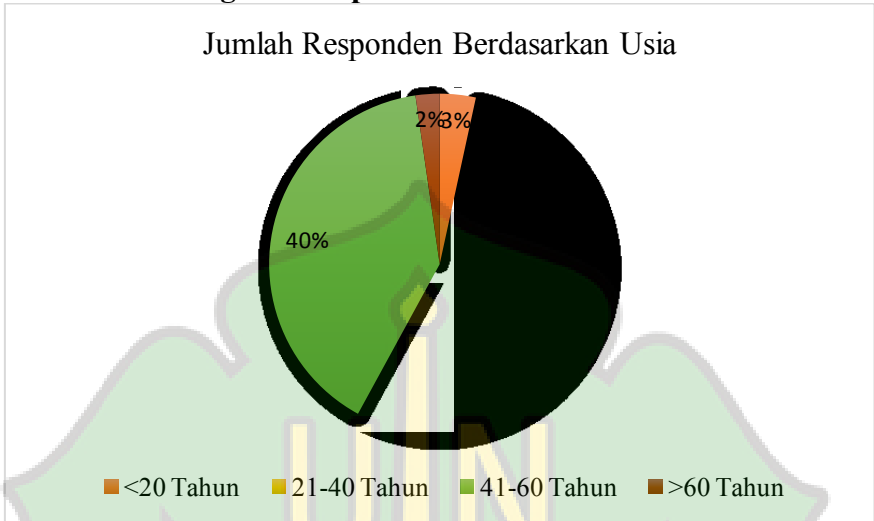
Sumber: Data diolah, 2021.

Berdasarkan gambar 4.1 di atas menunjukkan bahwa responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 46 orang dengan persentase 52% dan responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 42 orang dengan persentase 48%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden yang paling mendominasi pada penelitian ini adalah responden berjenis kelamin laki-laki.

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan usia responden, maka data dapat diuraikan sebagai berikut:

Gambar 4.2
Diagram Responden Berdasarkan Usia



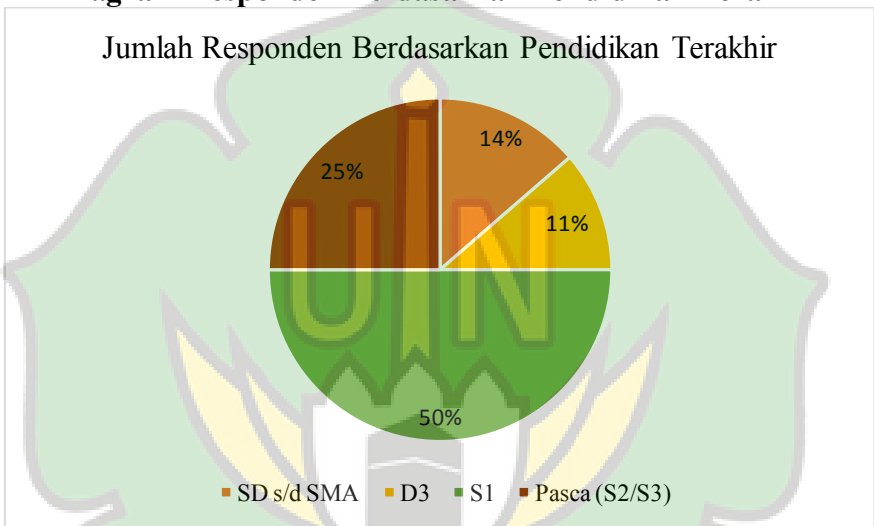
Sumber: Data diolah, 2021.

Berdasarkan gambar 4.2 di atas menunjukkan bahwa responden dengan rentang usia 21-40 tahun berjumlah 48 orang dengan persentase 55%, responden dengan rentang usia 41-60 tahun berjumlah 35 orang dengan persentase 40%, responden dengan rentang usia <20 tahun berjumlah 3 orang dengan persentase 3%, dan responden dengan usia lebih dari 60 tahun berjumlah 2 orang dengan persentase 2%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden yang paling mendominasi pada penelitian ini berdasarkan usia adalah responden dengan rentang usia 21-40 tahun.

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan jenis pendidikan terakhir responden, maka data dapat diuraikan sebagai berikut:

Gambar 4.3
Diagram Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir



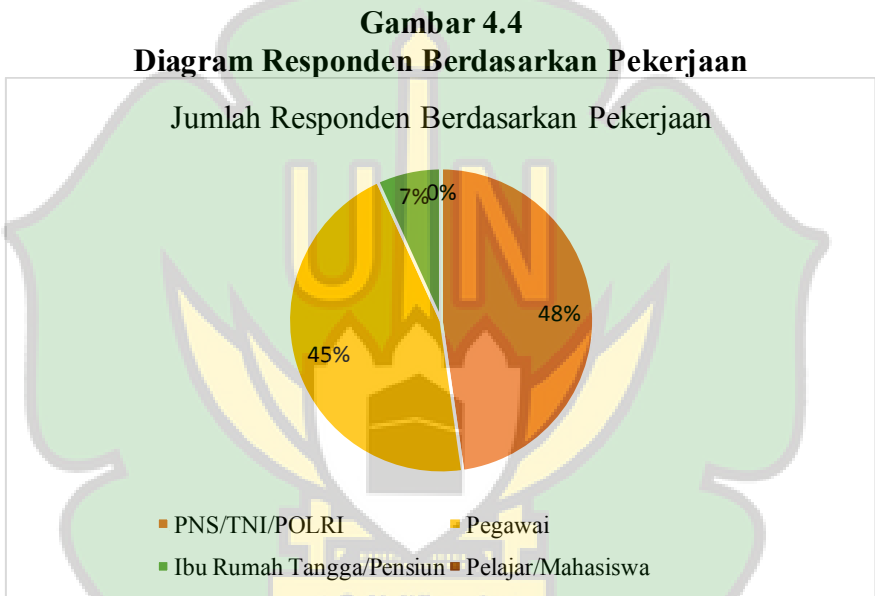
Sumber: Data diolah, 2021.

Berdasarkan gambar 4.3 di atas menunjukkan bahwa responden dengan jenjang pendidikan sarjana sebanyak 44 orang dengan persentase 50%, responden dengan jenjang pendidikan pasca sarjana sebanyak 22 orang dengan persentase 25%, responden dengan jenjang pendidikan SMA sebanyak 12 orang dengan persentase 14% dan responden dengan jenjang pendidikan Diploma III sebanyak 10 orang dengan persentase 11%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden yang paling mendominasi

pada penelitian ini berdasarkan pendidikan terakhir adalah responden dengan jenjang pendidikan sarjana.

4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan jenis pekerjaan responden, maka data dapat diuraikan sebagai berikut:



Sumber: Data diolah, 2021.

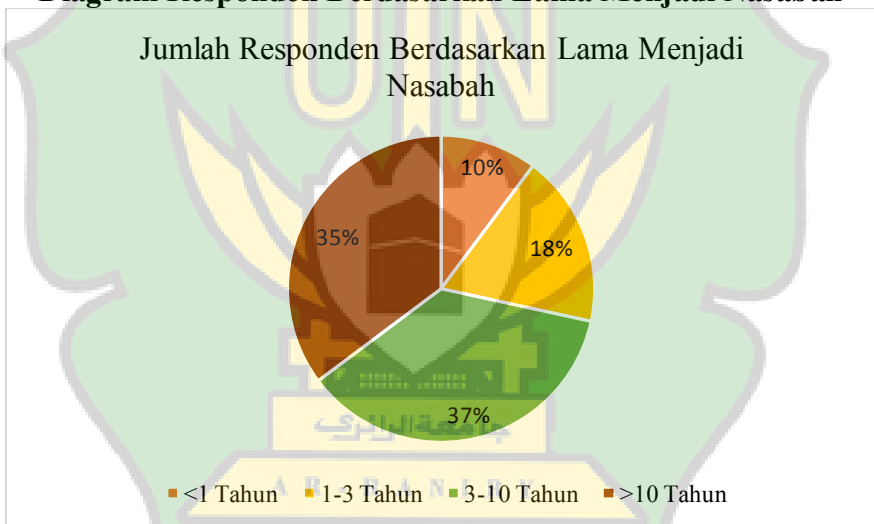
Berdasarkan gambar 4.4 di atas menunjukkan bahwa responden dengan jenis pekerjaan PNS/TNI/POLRI sebanyak 42 orang dengan persentase 48%, responden dengan jenis pekerjaan sebagai pegawai sebanyak 40 orang dengan persentase 45%, responden dengan jenis pekerjaan sebagai ibu rumah tangga/pensiun sebanyak 6 orang dengan persentase 7% dan tidak ada responden dengan jenis pekerjaan sebagai pelajar atau

mahasiswa. Sehingga dapat disimpulkan bahwa responden yang paling mendominasi pada penelitian ini berdasarkan pekerjaan adalah responden dengan jenis pekerjaan PNS/TNI/POLRI.

4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Masa Menjadi Nasabah

Berdasarkan lama nya responden menjadi nasabah, maka data dapat diuraikan sebagai berikut:

Gambar 4.5
Diagram Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah



Sumber: Data diolah, 2021.

Berdasarkan tabel 4.5 di atas menunjukkan bahwa responden berdasarkan lama menjadi nasabah pembiayaan murabahah pada PT Bank Aceh KPO Banda Aceh dengan rentang waktu 3-10 tahun sebanyak 32 orang dengan persentase 37%. Responden dengan rentang waktu >10 tahun sebanyak 31 orang

dengan persentase 35%, responden dengan rentang waktu 1-3 tahun sebanyak 16 orang dengan persentase 18% dan responden dengan rentang waktu lebih dari 1 tahun sebanyak 9 orang dengan persentase 10%. Sehingga dapat disimpulkan responden yang paling mendominasi adalah rentang waktu 3-10 tahun dengan persentase 37% atau setara dengan 32 orang.

4.3 Karakteristik Jawaban Responden

4.3.1 Karakteristik Jawaban Variabel Kualitas Pelayanan

Variabel kualitas pelayanan terdiri atas beberapa indikator yang menjadi komponen dari pembentuk variabel. Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.1
Karakteristik Jawaban Variabel Kualitas Pelayanan

Indikator	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Rata-rata
Bukti Fisik						
K1	1		4	44	39	4,36
K2	1		6	46	35	4,30
K3		2	4	53	29	4,24
K4	1		2	52	33	4,32
Keandalan						
K5		5	18	47	18	3,89
K6	2	3	10	59	14	3,91
K7		2	7	49	30	4,22
K8		3	5	49	31	4,23
Daya Tanggap						
K9		3	8	49	28	4,16
K10		2	5	50	31	4,25
K11	1	2	4	54	27	4,18
Jaminan						
K12	1		4	53	30	4,26
K13	1		3	46	38	4,36

Tabel 4.1 - Lanjutan

Indikator	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Rata-rata
K14			11	67	10	3,99
K15			12	55	21	4,10
Empati						
K16		2	11	46	29	4,16
K17		3	12	49	24	4,07
Kualitas Pelayanan						4,176

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.1 di atas dapat diketahui bahwa nilai rata-rata variabel kualitas pelayanan adalah 4,176. Artinya rata-rata jawaban pada variabel kualitas pelayanan adalah baik dengan interpretasi tinggi.

4.3.2 Karakteristik Jawaban Variabel Kepuasan Nasabah

Variabel kepuasan nasabah terdiri atas beberapa indikator yang menjadi komponen dari pembentuk variabel. Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.2
Karakteristik Jawaban Variabel Kepuasan Nasabah

Indikator	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Rata-rata
Kesesuaian Harapan						
P1		2	8	54	24	4,14
P2		2	10	56	20	4,07
P3		3	10	57	18	4,02
Persepsi Kinerja						
P4		3	5	57	23	4,14
P5	3	3	15	56	11	3,78
Penilaian Nasabah						
P6	1	3	14	49	21	3,98
P7	2	1	20	50	15	3,85
Kepuasan Nasabah						3,997

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.2 di atas dapat diketahui bahwa nilai rata-rata variabel kepuasan nasabah adalah 3,997. Perolehan nilai rata-rata ini mendekati angka 4, artinya menjelaskan bahwa rata-rata jawaban pada variabel kepuasan nasabah adalah baik dengan interpretasi tinggi.

4.3.3 Karakteristik Jawaban Variabel Loyalitas Nasabah

Variabel loyalitas nasabah terdiri atas beberapa indikator yang menjadi komponen dari pembentuk variabel. Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.3
Karakteristik Jawaban Variabel Loyalitas Nasabah

Indikator	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Rata-rata
<i>Repeat Purchase</i>						
L1	1		2	65	20	4,17
<i>Retention</i>						
L2	1	4	11	54	18	3,95
L3	1	4	8	59	16	3,97
<i>Referalls</i>						
L4	1		14	57	16	3,99
Loyalitas Nasabah						4,020

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.3 di atas dapat diketahui bahwa nilai rata-rata variabel loyalitas nasabah adalah 4,020. Artinya rata-rata jawaban pada variabel loyalitas nasabah adalah baik dengan interpretasi tinggi.

4.4 Hasil Penelitian

4.4.1 Statistik Deskriptif

Sebelum melakukan uji pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabahn terhadap loyalitas nasabah maka terlebih dahulu dilakukan uji mengenai deskripsi variabel penelitian menggunakan analisis statistik deskriptif. Uji analisis statistik deskriptif ini sangat diperlukan dalam sebuah penelitian karena tujuan dan fungsi dari uji analisis statistik deskriptif adalah untuk memberikan gambaran dan ukuran terhadap data dalam bentuk numerik yang berlaku secara umum dan akan digunakan sebagai data penelitian. Adapun hasil uji analisis statistik deskriptif tersebut akan ditampilkan pada tabel 4.4 adalah sebagai berikut.

Tabel 4.4
Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
Loyalitas Nasabah	4,020	2.403	88
Kualitas Layanan	4,176	7.848	88
Kepuasan Nasabah	3,997	3.997	88

Sumber: Data diolah, 2021

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 88 sampel. Berdasarkan tabel 4.4 dapat disimpulkan variabel dependen yaitu loyalitas nasabah menunjukkan nilai rata-rata sebesar 4,020 (dibulatkan menjadi 4) yang menunjukkan para responden memiliki persepsi mengarah pada tanggapan baik, nilai standar deviasi sebesar 2,403. Variabel independen yaitu kualitas pelayanan menunjukkan nilai rata-rata sebesar 4,176 (dibulatkan

menjadi 4) yang menunjukkan para responden memiliki persepsi mengarah pada tanggapan baik, nilai standar deviasi sebesar 7,848. Dan variabel kepuasan nasabah juga menunjukkan nilai rata-rata sebesar 3,997 (dibulatkan menjadi 4) yang menunjukkan para responden memiliki persepsi mengarah pada tanggapan baik, nilai standar deviasi sebesar 3,997.

4.4.2 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Berikut pengujian validitas pada variabel bebas yaitu kualitas pelayanan (X_1) dan kepuasan nasabah (X_2) dan variabel terikat yaitu loyalitas nasabah (Y). Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan	K1	0,752	0,2096	Valid
	K2	0,703	0,2096	Valid
	K3	0,632	0,2096	Valid
	K4	0,562	0,2096	Valid
	K5	0,514	0,2096	Valid
	K6	0,496	0,2096	Valid
	K7	0,738	0,2096	Valid
	K8	0,730	0,2096	Valid
	K9	0,730	0,2096	Valid
	K10	0,750	0,2096	Valid
	K11	0,774	0,2096	Valid
	K12	0,691	0,2096	Valid
	K13	0,712	0,2096	Valid
	K14	0,581	0,2096	Valid

Tabel 4.5 - Lanjutan

Variabel	Indikator	r Hitung	r Tabel	Keterangan
	K15	0,782	0,2096	Valid
	K16	0,687	0,2096	Valid
	K17	0,622	0,2096	Valid
Kepuasan Nasabah	P1	0,724	0,2096	Valid
	P2	0,736	0,2096	Valid
	P3	0,832	0,2096	Valid
	P4	0,802	0,2096	Valid
	P5	0,792	0,2096	Valid
	P6	0,782	0,2096	Valid
	P7	0,812	0,2096	Valid
Loyalitas Nasabah	L1	0,818	0,2096	Valid
	L2	0,896	0,2096	Valid
	L3	0,914	0,2096	Valid
	L4	0,815	0,2096	Valid

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.5 di atas dapat dijelaskan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid. Dalam penelitian ini dapat dilakukan dengan uji signifikansi yang membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} . Untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$, jumlah sample (n) dalam penelitian ini yaitu 88, maka $df = 88 - 2 = 86$ dengan alpha 5% sehingga didapat $r_{tabel} = 0,2096$. Berdasarkan tabel 4.5 dapat dilihat bahwa masing-masing item pertanyaan memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan adalah valid.

4.4.3 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten yang akan dilakukan secara statistik. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan teknik *Cronbach's Alpha*. Jika nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$, maka

kuesioner dapat dikatakan reliable sebaliknya jika *Cronbach's Alpha* $< 0,60$, maka kuesioner dalam penelitian ini tidak reliabel. Berikut hasil uji reliabilitas sebagaimana yang terdapat pada tabel berikut:

Tabel 4.6
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Cut of Value	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,921	0.60	Reliabel
Kepuasan Nasabah	0,893	0.60	Reliabel
Loyalitas Nasabah	0,882	0.60	Reliabel

Sumber: Data diolah, 2021

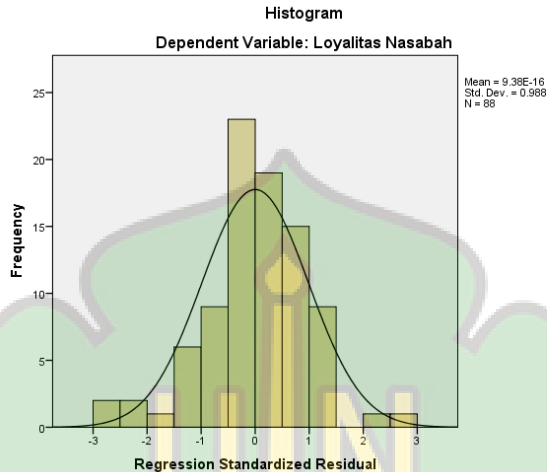
Berdasarkan tabel 4.6 di atas dapat disimpulkan seluruh nilai *Cronbach's Alpha* melebihi nilai Alpha. Karena nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan/pertanyaan dalam instrumen yang digunakan dapat dinyatakan reliabel.

4.4.4 Uji Asumsi Klasik

4.4.4.1 Uji Normalitas

Uji asumsi normalitas bertujuan untuk menguji sebuah model regresi apakah variabel independen, variabel dependen, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi normal atau mendekati normal. Pengujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan metode analisis grafik histogram dan metode normal probability plot. Berikut gambar 4.6 adalah pengujian menggunakan analisis grafik histogram.

Gambar 4.6
Histogram

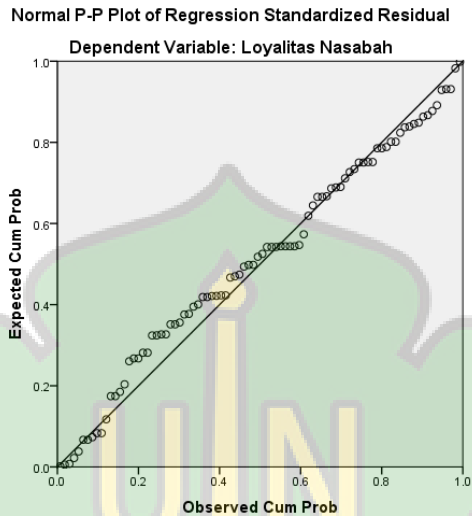


Sumber: Data diolah, 2021.

Hasil grafik histogram pada Gambar 4.6 menunjukkan bahwa garis pada grafik histogram tersebut melengkung secara standar normalnya, maka dari itu dapat disimpulkan bahwa model regresi penelitian ini berdistribusi normal atau dengan kata lain grafik ini memberikan pola distribusi normal yang mendekati normal. Artinya residual terdistribusi secara normal.

Pada Gambar 4.7 grafik normal *probability plot* menunjukkan bahwa titik-titik mengikuti arah garis diagonal, artinya residual terdistribusi secara normal.

Gambar 4.7
Normal probability plot

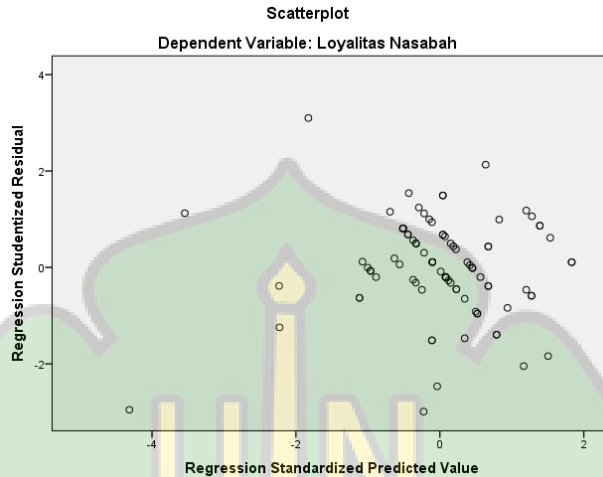


Sumber: Data diolah, 2021.

4.4.4.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan pengujian untuk melihat apakah terdapat kesamaan variabel dari pengamatan yang satu ke pengamatan yang lainnya. Berikut gambar 4.8 adalah pengujian heteroskedastisitas.

Gambar 4.8
Uji heteroskedastisitas



Sumber: Data diolah, 2021.

Berdasarkan gambar 4.8 di atas menunjukkan bahwa data menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga dapat disimpulkan bahwa model terbebas dari asumsi heteroskedastisitas karena sebaran titik-titik dalam plot tidak menunjukkan adanya suatu pola tertentu.

4.4.4.3 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel independen. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dalam model regresi dapat dilihat dari *tolerance value* atau *Variance Inflation Factor* (VIF). Adapun hasil dari pengujian data tersebut ialah sebagai berikut:

Tabel 4.7
Hasil Uji Multikolonieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas Layanan	.324	3.088
	Kepuasan Nasabah	.324	3.088

Sumber: Data diolah, 2021.

Hasil uji melalui *Variance Inflation Factor* (VIF) pada tabel diatas, menunjukkan bahwa nilai *tolerance* pada kualitas pelayanan sebesar 0,324 dan kepuasan nasabah sebesar 0,324. Seluruh variabel nilai *tolerance* $> 0,10$, kemudian nilai VIF pada kualitas pelayanan sebesar 3,088 dan kepuasan nasabah sebesar 3,088. Seluruh variabel nilai VIF < 10 . Maka dapat dinyatakan bahwa model regresi diantara variabel independen tidak terjadi multikolonieritas, dengan kata lain model regresi linear berganda terbebas dari multikolonieritas dan dapat digunakan dalam penelitian.

4.4.5 Analisis Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear berganda ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Berikut adalah hasil analisis regresi linear sederhana.

Tabel 4.8
Hasil Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	-.158	1.210	
	Kualitas Layanan	.075	.030	.246
	Kepuasan Nasabah	.389	.058	.648

Sumber: Data diolah, 2021.

Berdasarkan Tabel 4.8 di atas dapat diketahui bahwa:

1. Nilai konstanta sebesar -0.158 yang berarti apabila variabel kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah bernilai 0 maka variabel loyalitas nasabah akan bernilai -0.158.
2. Koefisien kualitas pelayanan sebesar 0,075 yang berarti jika variabel kualitas pelayanan naik sebesar 1 satuan, maka loyalitas nasabah akan mengalami peningkatan sebesar 0,075.
3. Koefisien kepuasan nasabah sebesar 0,389 yang berarti jika variabel kepuasan nasabah naik sebesar 1 satuan, maka loyalitas nasabah akan mengalami peningkatan sebesar 0,389.

4.4.6 Uji Hipotesis (Uji – t)

Uji parsial (Uji-t) bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial (individu). Adapun hasil pengujian tersebut ialah sebagai berikut:

Tabel 4.9
Hasil Uji-t

Model		T	Sig.
1	(Constant)	-.131	.896
	Kualitas Layanan	2.539	.013
	Kepuasan Nasabah	6.686	.000

Sumber: Data diolah, 2021.

Berdasarkan tabel 4.9 di atas, dapat diketahui bahwa pengujian secara parsial dengan membandingkan nilai t hitung dengan nilai t tabel dan nilai sig. dengan nilai alpha yakni 0,05.

Dikatakan berpengaruh signifikan jika nilai t hitung $>$ dari nilai t tabel dan nilai sig. $<$ 0,05. Adapun t tabel dalam penelitian ini dengan nilai $n = 88$ dan taraf kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$) didapati nilai t tabel sebesar 1,98793. Berdasarkan ketentuan tersebut dapat disimpulkan bahwa:

1. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas nasabah. Hal ini dapat dibuktikan dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,539 > 1,98793$) dan tingkat signifikan sebesar $0,013 < 0,05$ maka H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima.
2. Variabel kepuasan nasabah berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas nasabah. Hal ini dapat dibuktikan dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,686 > 1,98793$) dan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima.

4.4.7 Uji Simultan (Uji-F)

Uji Simultan (Uji-f) bertujuan untuk melihat pengaruh dari setiap variabel independen secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen. Adapun hasil pengujian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.10
Hasil Uji Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	372.676	2	186.338	122.055	.000 ^b
	Residual	129.767	85	1.527		
	Total	502.443	87			
a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah						
b. Predictors: (Constant), Kepuasan Nasabah, Kualitas Layanan						

Sumber: Data diolah, 2021

Dari hasil uji simultan (Uji-F) pada Tabel 4.10 menunjukkan bahwa nilai F sebesar 122,055 dengan nilai sig. 0,000. Hasil signifikan F $0,000 < \alpha (0,05)$. Maka H_{a3} diterima dan H_{03} ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

4.4.8 Uji R^2 (Koefisien Determinasi)

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Adapun hasil dari pengujian R^2 (R-Square) adalah sebagai berikut:

Tabel 4.11
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.861 ^a	.742	.736	1.236	2.115
a. Predictors: (Constant), Kepuasan Nasabah, Kualitas Layanan					
b. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah					

Sumber: Data diolah, 2021

Dari Tabel 4.11 tersebut dapat disimpulkan bahwa angka R Square (R^2) sebesar 0,742, artinya bahwa 74,2% variabel dependen pemahaman masyarakat mengenai bank syariah mampu dijelaskan oleh variabel independen, yaitu; kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. Sedangkan sisanya sebesar 25,8% dijelaskan oleh faktor-faktor lainnya yang dianggap memiliki pengaruh terhadap variabel loyalitas nasabah.

4.5 Pembahasan

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan di atas didapatkan bahwa semua uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolonieritas pada data penelitian yang digunakan dalam penelitian ini telah terpenuhi. Dari hasil uji R^2 menjelaskan bahwa 74,2% variabel dependen kepuasan nasabah mampu dijelaskan oleh variasi dari kedua variabel independen, yaitu; kinerja kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. Sedangkan sisanya sebesar 25,8% dijelaskan oleh faktor-faktor lainnya yang tidak dimasukkan kedalam model penelitian ini. Berikut ini akan diuraikan tentang hasil penelitian dari pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah. Adapun pembahasan hasil uji hipotesis dalam penelitian ini ialah sebagai berikut:

4.5.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah (Hipotesis 1)

Berdasarkan hasil uji secara parsial menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pembiayaan murabahah. Hal ini dapat dibuktikan dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,539 > 1,98793$) dan tingkat signifikan sebesar $0,013 < 0,05$. Oleh karena itu, hipotesis pertama yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah dapat diterima. Artinya semakin bagus kualitas pelayanan Bank Aceh Syariah KPO Banda

Aceh maka maka semakin besar pula tingkat loyalitas nasabah pembiayaan murabahah terhadap bank tersebut.

Hubungan positif antara kualitas layanan dengan loyalitas nasabah yang ditandai dengan kesediaan nasabah untuk merekomendasikan produk pembiayaan murabahah Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh kepada masyarakat lainnya, bersedia terus menjadi nasabah pembiayaan murabahah dan menggunakan layanan Bank Aceh KPO Banda Aceh, akan tetap mengajukan pembiayaan murabahah pada Bank Aceh KPO Banda Aceh jika ingin mengajukan kembali pembiayaan, komunikasi dari mulut ke mulut dan ketahanan terhadap alternatif yang lebih baik. Selain itu kualitas pelayanan yang baik dapat menyebabkan berkurangnya retensi nasabah yang ada dan daya tarik bagi nasabah baru, mengurangi biaya operasional, peningkatan citra Bank Aceh Syariah, rekomendasi mulut ke mulut yang positif dan pada akhirnya meningkatkan profitabilitas bank tersebut.

Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Setiawan (2017) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh langsung terhadap loyalitas konsumen. Penelitian ini juga mendukung penelitian yang dilakukan oleh Simanihuruk (2018) yang menyatakan variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas nasabah, artinya bahwa semakin tinggi nilai yang dirasakan oleh konsumen, maka akan semakin tinggi pula kesediaan konsumen tersebut untuk akhirnya membeli kembali produk tersebut.

4.5.2 Pengaruh Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah (Hipotesis 2)

Berdasarkan hasil uji secara parsial menunjukkan bahwa variabel kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pembiayaan murabahah. Hal ini dapat dibuktikan dengan thitung > ttabel ($6,686 > 1,98793$) dan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Oleh karena itu, hipotesis kedua yang menyatakan bahwa kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah dapat diterima. Artinya semakin tingkat kepuasan nasabah pembiayaan murabahah terhadap Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh maka semakin besar pula tingkat loyalitas nasabah pembiayaan murabahah terhadap bank tersebut.

Dengan demikian dapat dikatakan apabila nasabah merasa puas atas produk yang ditawarkan oleh Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh, puas atas layanan yang diberikan Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh, dan puas atas layanan setelah penjualan di Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh maka akan dapat meningkatkan loyalitas para nasabahnya, sehingga nasabahnya akan merekomendasikan pada nasabah lain, mendorong nasabah lain untuk mengajukan pembiayaan murabahah di Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh, memberikan pernyataan yang positif mengenai Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh, dan menganggap Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh sebagai pilihan pertama saat mengajukan pembiayaan.

Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Setiawan (2017) yang menyatakan bahwa ada korelasi positif yang kuat antara kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen. Dan juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Simanihuruk (2018) yang juga menyatakan bahwa variabel kepuasan nasabah mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel loyalitas nasabah.

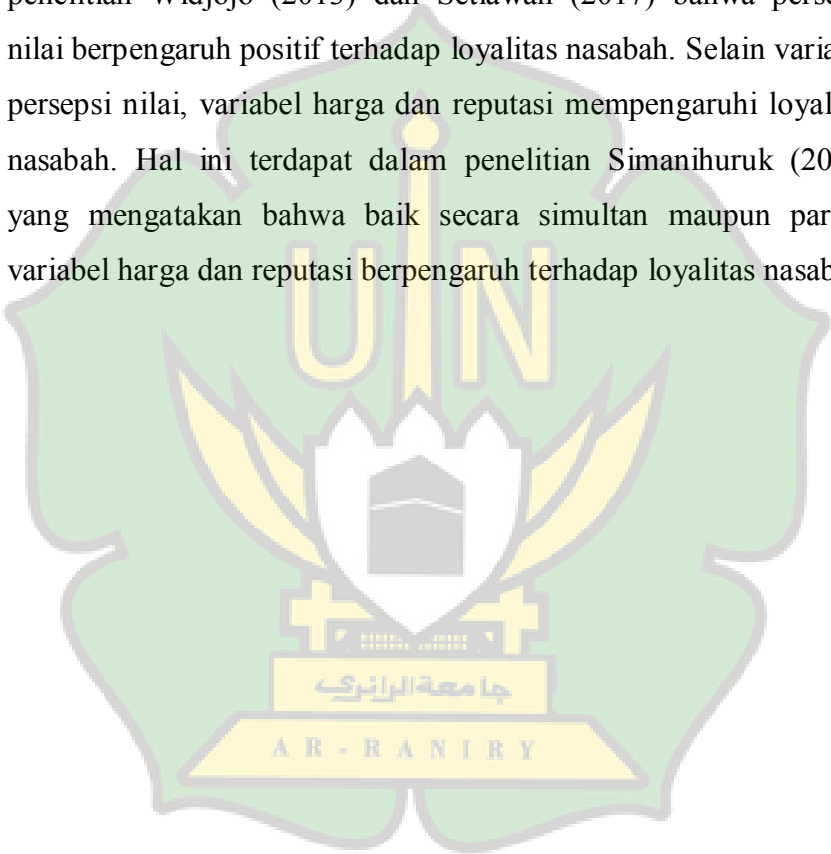
4.5.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah (Hipotesis 3)

Hasil uji simultan untuk variabel independen kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah menunjukkan bahwa nilai signifikan 0,000. Nilai signifikan Uji-F tersebut lebih kecil dibandingkan dengan nilai standar α 5% ($\alpha = 0,05$), artinya variabel kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah berpengaruh signifikan secara simultan terhadap loyalitas nasabah pembiayaan murabahah pada Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh. Sehingga dapat diputuskan bahwa hipotesis H_{a3} diterima berarti terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah secara simultan dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Jika dilihat dari nilai koefisien determinasi (R^2) yang dihasilkan dari hasil uji penelitian ini sebesar 74,2% maka tidak heran kalau kedua faktor yang di ajukan dalam penelitian ini secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan dan menjadi salah satu faktor yang sangat berpengaruh dalam loyalitas nasabah.

Sedangkan sisanya 25,8% dipengaruhi oleh faktor variabel lain diluar model.

Variabel lain diluar model yang mempengaruhi loyalitas nasabah seperti variabel persepsi nilai, yang terdapat pada penelitian Widjojo (2013) dan Setiawan (2017) bahwa persepsi nilai berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Selain variabel persepsi nilai, variabel harga dan reputasi mempengaruhi loyalitas nasabah. Hal ini terdapat dalam penelitian Simanihুরু (2018) yang mengatakan bahwa baik secara simultan maupun parsial variabel harga dan reputasi berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan dapat ditarik beberapa kesimpulan, diantaranya sebagai berikut:

1. Secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pembiayaan murabahah pada Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh. Hal ini dapat dibuktikan dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,539 > 1,98793$) dan tingkat signifikan sebesar $0,013 < 0,05$.
2. Secara parsial kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pembiayaan murabahah pada Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh. Hal ini dapat dibuktikan dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,686 > 1,98793$) dan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$.
3. Secara simultan kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah pembiayaan murabahah pada Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh. Hal ini dapat dibuktikan tingkat signifikan sebesar $0,000 < 0,05$.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah didapatkan, maka peneliti mempertimbangkan untuk memberikan beberapa saran

kepada beberapa pihak sebagai masukan serta bahan pertimbangan dalam melakukan kegiatan kedepannya. Adapun saran peneliti sebagai berikut.

1. Bagi perusahaan

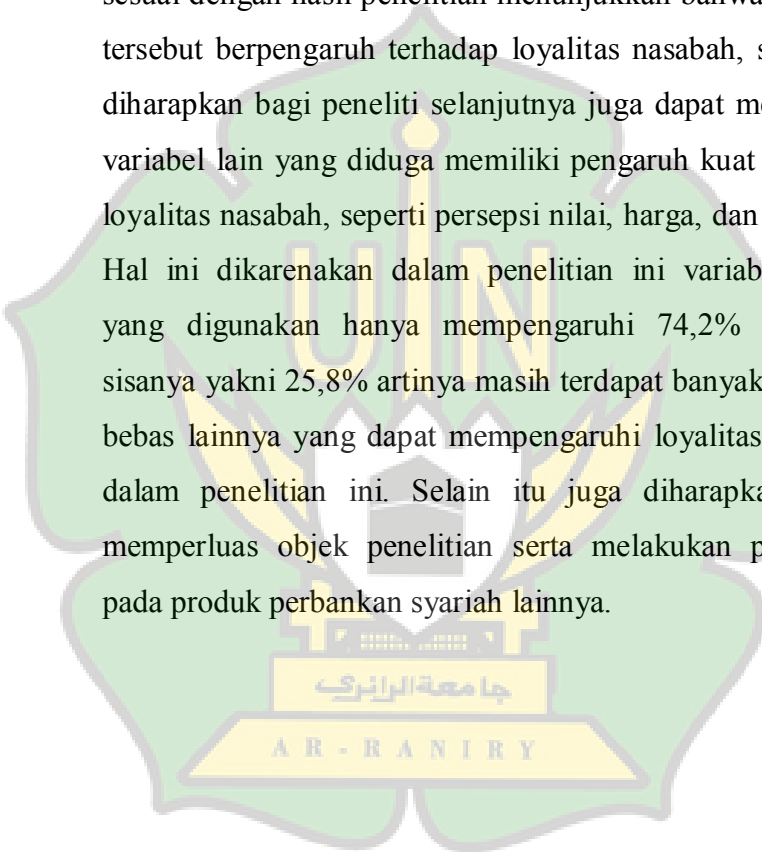
Bagi Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh diharapkan agar pihak manajemen bank dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah agar nasabah tetap loyal terhadap bank. Dan juga harus mempertahankan kepercayaan masyarakat untuk tetap mengajukan pembiayaan pada Bank Aceh Syariah KPO Banda Aceh khususnya pembiayaan murabahah dan selalu memiliki strategi untuk meningkatkan jumlah nasabah, misalnya dengan melakukan promosi menarik, penjualan produk baru, iklan, publisitas bank itu sendiri, dan lain-lain agar bisa menjadi prioritas bank pilihan.

2. Bagi Akademisi

Bagi akademisi diharapkan dapat menjadikan penelitian ini sebagai bahan referensi (sumber acuan) bagi mahasiswa, dan juga dapat digunakan sebagai acuan untuk penelitian yang selanjutnya, khususnya untuk penelitian yang berhubungan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah. Selain itu adalah memperluas wawasan atau pengetahuan mengenai penerapan dan pelaksanaan pembiayaan khususnya pembiayaan murabahah.

3. Bagi Peneliti

Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya mempertimbangkan variabel kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah sebagai variabel yang mempengaruhi loyalitas nasabah, karena sesuai dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel tersebut berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, selain itu diharapkan bagi peneliti selanjutnya juga dapat menambah variabel lain yang diduga memiliki pengaruh kuat terhadap loyalitas nasabah, seperti persepsi nilai, harga, dan reputasi. Hal ini dikarenakan dalam penelitian ini variabel bebas yang digunakan hanya mempengaruhi 74,2% sehingga sisanya yakni 25,8% artinya masih terdapat banyak variabel bebas lainnya yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah dalam penelitian ini. Selain itu juga diharapkan dapat memperluas objek penelitian serta melakukan penelitian pada produk perbankan syariah lainnya.



DAFTAR PUSTAKA

- Antonio, Muhammad Syafi'i. (2001). *Bank Syariah Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Ascarya. (2007). *Akad Dan Produk Bank Syariah*. Bandung: PT Raja Grafindo Persada.
- Fatwa DSN MUI No. 04/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Murabahah.
- Fatwa DSN MUI No. 28/DSN-MUI/III/2002 Tentang Jual Beli Valuta Asing.
- Ghozali, Imam. (2015). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ismail. (2011). *Perbankan Syariah*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Janie, Dyah Nirmala Arum. (2012). *Statistik Deskriptif & Regresi Linear Berganda Dengan SPSS*. Semarang: Semarang University Press.
- Kasmir. (2015). *Analisis Laporan Keuangan. Edisi Satu*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2006). *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Karim, Adiwarmanto A. (2014). *Bank Islam (Analisis Fiqih dan Keuangan)*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Noor, Juliansyah. (2011). *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana.
- Peraturan Bank Indonesia No. 07/46/PBI/2005 Tentang Akad Penghimpunan dan Penyaluran Dana Bank.

- Rivai, Veithzal dan Arviyan Arifin. (2010). *Islamic Banking: Sebuah Teori, Konsep, dan Aplikasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sekaran, U. (2011). *Research Methods For Business*. United Kingdom: A. John Wiley and Sons.
- Sofiandi. (2016). Kepuasan Nasabah Terhadap Implementasi Akad Murabahah Pembiayaan Kepemilikan Rumah Bersubsidi Secara Syariah; Studi Kasus Pada Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Syariah Batam. *Jurnal ilmu-ilmu Keislaman*. 6(1).
- Soemitra, Andri. (2009). *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. (2015). *Statistik untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sunyoto, Danang. (2012). *Analisis Validitas dan Asumsi Klasik*. Yogyakarta: Gava Media.
- Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. (2011). *Service, Quality and Satisfaction (ed 3)*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Thoha, M. Chabib. (1994). *Teknik Evaluasi Pendidikan*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Undang-Undang Nomor 21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah.
- Undang-Undang No. 12 Tahun 1998 Tentang Pembiayaan.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

PENGARUH PERSEPSI DAN KEPUASAN NASABAH TERHADAP LOYALITAS NASABAH PEMBIAYAAN MURABAHAH PADA PT BANK ACEH KPO ACEH

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh
Kepada Yth,

Nasabah Bank Aceh KPO Banda Aceh

Dengan Hormat,

Saya yang bernama Izzatul Jannah mahasiswi Perbankan Syariah, FEBI, UIN Ar-Raniry dengan Nim 190603329 sedang mengadakan penelitian dengan judul skripsi “Pengaruh Persepsi Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pembiayaan Murabahah Pada Bank Aceh KPO Aceh.”. Untuk keperluan tersebut, saya mohon bantuan Bpk/Ibu atau Saudara/i dengan hormat untuk memberikan penilaian melalui kuesioner ini dengan sebenar-benarnya berdasarkan atas apa yang Bpk/Ibu Sdr/i lakukan berkaitan dengan apa yang Bpk/Ibu Sdr/i rasakan terhadap produk pembiayaan murabahah pada Bank Aceh KPO Aceh. Data dan identitas responden akan dirahasiakan.

Semoga partisipasi yang Bpk/Ibu Sdr/i berikan dapat bermanfaat untuk kepentingan ilmu pengetahuan serta dapat membantu upaya meningkatkan kepuasan nasabah. Atas kerjasama dan partisipasi yang diberikan, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Peneliti

Izzatul Jannah
NIM: 190603329

IDENTITAS RESPONDEN

CARA PENGISIAN ANGKET

Berikan tanggapan anda terhadap pertanyaan-pertanyaan atau uraian dibawah ini sesuai dengan petunjuk.

Bagian Pertama:

Petunjuk: pilihlah satu atau jawaban yang sesuai dengan anda, dengan memberikan tanda *check* (√).

1. Jenis kelamin

Laki-laki

Perempuan

2. Usia responden

< 20 tahun

21-40 tahun

41-60 tahun

> 60 tahun

3. Pendidikan terakhir

SD s/d SMA

D3

S1

Pasca (S2/S3)

4. Pekerjaan

PNS/TNI/POLRI

Pegawai

swasta/wiraswasta

Pelajar/Mahasiswa

Ibu rumah

tangga / pensiun

5. Sudah berapa lama menjadi nasabah permbiayaan murabahah pada Bank Aceh

< 1 tahun

1-3 tahun

3-10 tahun

> 10 tahun

Bagian Kedua:

Petunjuk: Pilihlah jawaban dengan memberikan tanda *check* (✓) pada salah satu jawaban yang paling sesuai menurut Saudara. Penilaian dapat dilakukan berdasarkan skala berikut ini:

1. Kualitas Layanan

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	R	TS	STS
Bukti Fisik						
1.	Ruang transaksi Bank Aceh KPO Banda Aceh bersih dan nyaman.					
2.	Penampilan karyawan Bank Aceh KPO Banda Aceh yang bersih, rapi, tidak berlebihan dan menggunakan pakaian kerja (seragam yang sesuai).					
3.	Karyawan Bank Aceh KPO Banda Aceh menciptakan suasana nyaman dan menyenangkan dengan memberi senyum dan salam.					
4.	Karyawan Bank Aceh KPO Banda Aceh melayani nasabah dengan urutan kedatangan dengan tidak membedakan.					
Keandalan						
5.	Karyawan Bank Aceh KPO Banda Aceh memberitahukan kepada nasabah tentang produk-produk bank.					
6.	Kecepatan karyawan Bank Aceh KPO Banda Aceh dalam melakukan transaksi.					
7.	Karyawan Bank Aceh KPO Banda Aceh memberikan pelayanan kepada Nasabah hingga tuntas.					
8.	Karyawan Bank Aceh KPO Banda Aceh menunjukkan rasa percaya diri dan bersikap siap melayani dan membantu nasabah.					
Daya Tanggap						
9.	Karyawan Bank Aceh KPO Banda Aceh cepat tanggap terhadap permintaan Konsumen.					

10	Karyawan Bank Aceh KPO Banda Aceh tetap ada pada jam-jam kerja.					
11	Karyawan Bank Aceh KPO Banda Aceh memiliki pengetahuan yang cukup untuk menjawab pertanyaan dan permasalahan nasabah.					
Jaminan						
12	Bank Aceh KPO Banda Aceh menjamin keamanan nasabah dalam bertransaksi.					
13	Bank Aceh KPO Banda Aceh dapat menyimpan data dengan benar dan akurat.					
14	Transaksi di Bank Aceh KPO Banda Aceh bebas dari kekeliruan.					
15	Karyawan Bank Aceh KPO Banda Aceh selalu menjalankan tugasnya dengan benar dan tepat.					
Empati						
16	Karyawan Bank Aceh KPO Banda Aceh penuh perhatian dan sabar dalam melayani transaksi.					
17	Karyawan Bank Aceh KPO Banda Aceh bersikap simpatik terhadap permasalahan nasabah					

2. Kepuasan Nasabah

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	R	TS	STS
Kesesuaian Harapan						
1.	Saya merasa puas terhadap layanan oleh karyawan Bank Aceh KPO Aceh,					
2.	Bank Aceh KPO Aceh memberi kemudahan bagi saya dalam melakukan transaksi.					
3.	Saya merasa senang melakukan transaksi di Bank Aceh KPO Banda Aceh.					
Persepsi Kinerja						
4.	Saya merasa puas karyawan terampil dan berpengalaman					

5.	Saya puas terhadap kinerja sistem dan jaringan Bank Aceh KPO Banda Aceh.					
Penilaian Nasabah						
6.	Saya yakin bahwa melakukan pengajuan pembiayaan ke Bank Aceh KPO Aceh adalah keputusan yang baik.					
7.	Saya merasa puas dengan margin yang diberikan pada pembiayaan murabahah.					

3. Loyalitas Nasabah

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	R	TS	STS
Repeat Purchase						
1.	Saya akan terus menjadi nasabah dan menggunakan layanan Bank Aceh KPO Banda Aceh.					
Retention						
2.	Saya akan tetap menjadi nasabah Bank Aceh KPO Banda Aceh walaupun ada penawaran dan berbagai alasan dengan bank lain.					
3.	Saya tetap memprioritaskan jasa dan layanan di Bank Aceh KPO Banda Aceh.					
Referalls						
4.	Saya tidak berkeberatan memberi saran orang lain untuk menjadi nasabah Bank Aceh KPO Banda Aceh.					

Lampiran 2 Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
Loyalitas Nasabah	4,020	2.403	88
Kualitas Layanan	4,176	7.848	88
Kepuasan Nasabah	3,997	3.997	88

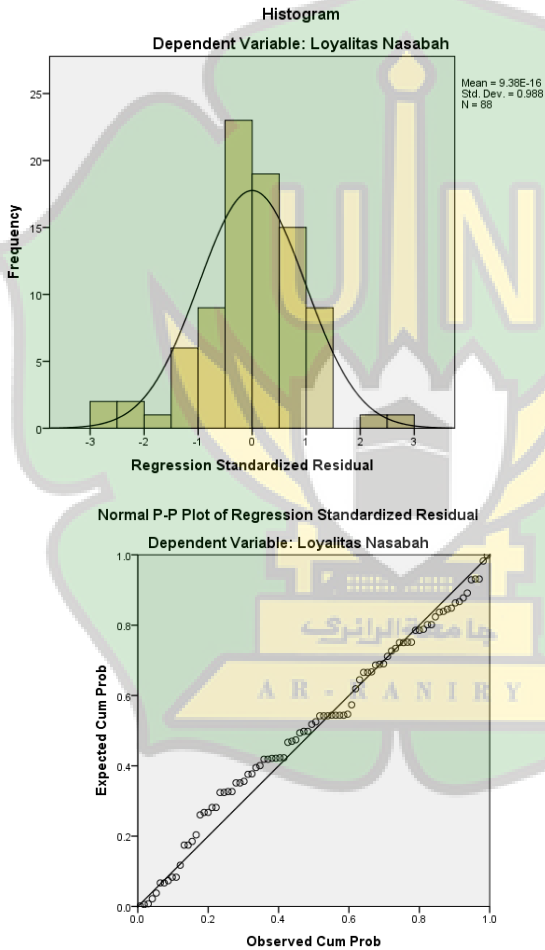
Lampiran 3 Uji Validitas

Variabel	Indikator	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan	K1	0,752	0,2096	Valid
	K2	0,703	0,2096	Valid
	K3	0,632	0,2096	Valid
	K4	0,562	0,2096	Valid
	K5	0,514	0,2096	Valid
	K6	0,496	0,2096	Valid
	K7	0,738	0,2096	Valid
	K8	0,730	0,2096	Valid
	K9	0,730	0,2096	Valid
	K10	0,750	0,2096	Valid
	K11	0,774	0,2096	Valid
	K12	0,691	0,2096	Valid
	K13	0,712	0,2096	Valid
	K14	0,581	0,2096	Valid
	K15	0,782	0,2096	Valid
	K16	0,687	0,2096	Valid
	K17	0,622	0,2096	Valid
Kepuasan Nasabah	P1	0,724	0,2096	Valid
	P2	0,736	0,2096	Valid
	P3	0,832	0,2096	Valid
	P4	0,802	0,2096	Valid
	P5	0,792	0,2096	Valid
	P6	0,782	0,2096	Valid
	P7	0,812	0,2096	Valid
Loyalitas Nasabah	L1	0,818	0,2096	Valid
	L2	0,896	0,2096	Valid
	L3	0,914	0,2096	Valid
	L4	0,815	0,2096	Valid

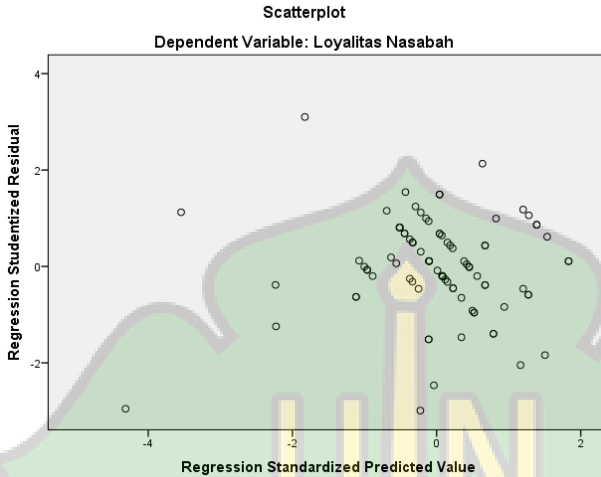
Lampiran 4 Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Cut of Value	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,921	0.60	Reliabel
Kepuasan Nasabah	0,893	0.60	Reliabel
Loyalitas Nasabah	0,882	0.60	Reliabel

Lampiran 5 Uji Normalitas



Lampiran 6 Uji Heteroskedastisitas



Lampiran 7 Uji Multikolinieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas Layanan	.324	3.088
	Kepuasan Nasabah	.324	3.088

Lampiran 8 Analisis Regresi Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	-.158	1.210	
	Kualitas Layanan	.075	.030	.246
	Kepuasan Nasabah	.389	.058	.648

Lampiran 9 Uji t

Model		T	Sig.
	(Constant)	-.131	.896
	Kualitas Layanan	2.539	.013
	Kepuasan Nasabah	6.686	.000

Lampiran 10 Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	372.676	2	186.338	122.055	.000 ^b
	Residual	129.767	85	1.527		
	Total	502.443	87			
a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah						
b. Predictors: (Constant), Kepuasan Nasabah, Kualitas Layanan						

Lampiran 11 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.861 ^a	.742	.736	1.236	2.115
a. Predictors: (Constant), Kepuasan Nasabah, Kualitas Layanan					
b. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah					