PENGARUH KEPERCAYAAN DAN PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH DI BANK SYARIAH INDONESIA (STUDI KASUS MAHASISWA UNIVERSITAS ISLAM AL-KIFAYAH RIAU)

SKRIPSI

Diajukan untuk melengkapi salah satu syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah (MBS) Universitas Islam Al – Kifayah Riau

Oleh :

M.IQBAL AL GOZI

NIM.1238.22.1600

PROGRAM STUDI
MANAJEMEN BISNIS SYARIAH (MBS)
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM AL-KIFAYAH RIAU
TAHUN 1447 H / 2026 M

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : M. Iqbal Algozi

Nomor Induk Mahasiswa : 1238.22.1600

Tempat/Tanggal Lahir : Tombang, 22-08-2003

Program : Sarjana (S1)

Program Studi : Manajemen Bisnis Syari'ah

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang saya tulis berjudul: **Pengaruh Kepercayaan Dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Al-Kifayah Riau).** Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) pada UIslam Al-Kifayah Riau ini seluruhnya merupakan hasil karya saya sendiri maupun bagian-bagian tertentu dalam penulisan Skripsi yang saya kutip dari karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Pekanbaru, 20 Mei 2026
Yang membuat pernyataan



M.IQBAL ALGOZI
NIM.1238.22.1600

Dr. Yundri Akhyar, MA
DOSEN UNIVERSITAS ISLAM
AL-KIFAYAH RIAU
NOTA DINAS
Prihal: *Skripsi M. Iqbal Algozi*

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
di_
pekanbaru

Assalamu'alaikum wr. wb.
Setelah kami membaca, meneliti, mengoreksi, dan mengadakan perbaikan isi Skripsi.

Nama	:	M. Iqbal Algozi
Nomor Induk Mahasiswa	:	1238.22.1600
Tempat/Tanggal Lahir	:	Tombang, 22-08-2003
Program	:	Sarjana (1)
Program Studi	:	Manajemen Bisnis Syari'ah
Judul	:	Pengaruh Kepercayaan Dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Al-Kifayah Riau)

Maka dengan ini dapat disetujui untuk diujikan pada Skripsi Universitas Islam Al-Kifayah Riau.
Wassalamu'alaikum wr. wb.

Pekanbaru, 20 Mei 2026
Pembimbing I

Dr. Yundri Akhyar, MA
NIDN. 2112088003

Dosen Prodi MBS Marro'aini, S.E.Sy., M.E
DOSEN UNIVERSITAS ISLAM
AL-KIFAYAH RIAU
NOTA DINAS
Prihal: *Skripsi M. Iqbal Algozi*

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
di_

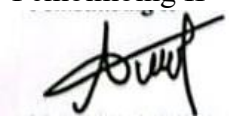
pekanbaru

Assalamu'alaikum wr. wb.
Setelah kami membaca, meneliti, mengoreksi, dan mengadakan perbaikan isi Skripsi.

Nama	:	M. Iqbal Algozi
Nomor Induk Mahasiswa	:	1238.22.1600
Tempat/Tanggal Lahir	:	Tombang, 22-08-2003
Program	:	Sarjana (1)
Program Studi	:	Manajemen Bisnis Syari'ah
Judul	:	Pengaruh Kepercayaan Dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Al-Kifayah Riau)

Maka dengan ini dapat disetujui untuk diujikan pada Skripsi Universitas Islam Al-Kifayah Riau.
Wassalamu'alaikum wr. wb.

Pekanbaru, 20 Mei 2026
Pembimbing II



Marro'aini, S.E. Sy., M.E
NIDN. 2105019406

PERSETUJUAN

Kami yang bertanda tangan dibawah ini selaku pembimbing I dan II Skripsi, dengan ini menyetujui bahwa Skiripsi yang berjudul: Pengaruh Kepercayaan Dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Syari'ah Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Al-Kifayah Riau) yang ditulis oleh

Nama	:	**M. IQBAL ALGOZI**
Nomor Induk Mahasiswa	:	1238.22.1600
Tempat/Tanggal Lahir	:	Tombang, 22-08-2003
Program	:	Sarjana (1)
Program Studi	:	Manajemen Bisnis Syari'ah

Untuk diajukan dalam Skripsi Universitas Islam Al-Kifayah Riau

Pekanbaru, 20 Mei 2026

Pembimbing I

Dr. Yundri Akhyar, MA
NIDN. 2112088003

Pembimbing II

Marro'aini, S.E., Sy., M.E
NIDN. 2105019406

Mengetahui :
Ketua Program Manajemen Bisnis Syariah

Dian Martha Darman, S. P.,M.Si
NIDN. 2127039004

PENGESAHAN SKRIPSI
Nomor: 0155/SP/A/FEBI-MBS/VII/2026

Skripsi atau Tugas Akhir dengan Judul : **Pengaruh Kepercayaan dan Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah di Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus mahasiswa Universitas Islam Al-Kifayah Riau)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:
Nama : **M. IQBAL ALGOZI**
NIM : 1238.22.1600
Telah dimunaqasahkan pada : Senin, 20 Juli 2026

dan dinyatakan telah diterima dan disahkan oleh Universitas Islam Al-Kifayah Riau.

Tim Penguji Sidang Munaqasah,

Penguji I

(Dr. Sri Wahyuni., M.Pd.)
NIDN. 2111019703

Penguji II

(Marro'aini, SE. Sy., ME.)
NIDN. 2105019406

Ketua Sidang,
Universitas Islam Al-Kifayah Riau

(Dr. Waldi Saputra, S.Sy., MH.)
NIDN. 2125128604

Sekretaris,
Ketua Program Studi MBS

(Dian Martha Darman, SP., M.Si.)
NIDN. 2127039004

Pekanbaru, 27 Juli 2026

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Al-Kifayah Riau

(Ahmadani, S.E., M.A.)
NIDN. 6452776677130192

MOTTO

" Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri."
(QS. Ar-Ra'd [13]: 11)

"Education is not the learning of facts, but the training of the mind to think."
"Pendidikan bukanlah sekadar mempelajari fakta, tetapi melatih pikiran untuk berpikir."
*(*Albert Einstein)

"Jadikan ilmu sebagai jalan pengabdian, akhlak sebagai identitas, dan kerja keras sebagai kunci meraih keberkahan."

(Dr. Yundri Akhyar MA)

PERSEMBAHAN

Bismillāhirraḥmānirraḥīm

Alhamdulillāhi Rabbil 'Ālamīn, segala puji bagi Allah Swt. atas segala rahmat, nikmat, kesehatan, kekuatan, serta kemudahan yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad saw., beserta keluarga, sahabat, dan seluruh umatnya hingga akhir zaman.

Dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati, karya sederhana ini penulis persembahkan kepada:

Kedua orang tua tercinta,

Ayah Zamri (Alm) dan Ibu, Martini

yang telah menjadi sumber kekuatan, kasih sayang, dan inspirasi dalam setiap langkah kehidupan penulis. Untuk ayah tercinta semoga allah mengampuni dosa dan melapangkan kubur ayah. Dan untuk ibu tersayang terima kasih atas segala doa yang tidak pernah putus, cinta yang tulus, pengorbanan yang tak ternilai, kerja keras, kesabaran, serta dukungan moral maupun material yang telah diberikan selama ini. Tanpa doa dan ridha Ibu, penulis tidak akan mampu mencapai titik ini. Semoga Allah Swt. senantiasa melimpahkan rahmat, kesehatan, kebahagiaan, serta membalas segala kebaikan Ayah dan Ibu dengan pahala yang berlipat ganda.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Subhanahu wa Ta'ala karena atas rahmat, hidayah, dan karunia-nya, penulis dapat menyusun dan menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul: **"Pengaruh Kepercayaan Dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Al-Kifayah Riau)"** dengan baik dan tepat

Proposal ini disusun waktu.sebagai salah satu syarat untuk melanjutkan ke tahap penyusunan skripsi guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) di Sekolah Tinggi Agama Islam Al-Kifayah Riau. Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan, dukungan, dan doa dari berbagai pihak, penyusunan proposal ini tidak akan berjalan dengan lancar.

Peneliti menyadari bahwa penulisan Proposal Skripsi ini dapat terwujud berkat bantuan dan jasa dari berbagai pihak, untuk itu dengan segala kerendahan hati peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Yundri Akhyar, M.A Selaku Ketua Yayasan Kifayatul Akhyar yang telah memberikan motivasi untuk selalu kuliah dan memberikan arahan serta bimbingan agar kuliah bisa selesai.
2. Dr. Zalisman, S.Pd., M.Pd.I selaku Rektor Universitas Islam Al-Kifayah Riau yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmu di kampus tercinta ini.
3. Syahri Ramadhan, S.Psi., M.Si selaku wakil Rektor I, Lita Arfah, S. P,. M.Si selaku wakil ketua II, dan Syahrin Sh.,MH selaku wakil Ketua III yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama dalam perkuliahan.

4. Armadani SE.,MA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Islam di Universitas Islam Al-Kifayah Riau.
5. Dian Martha Darman, S. P,. M.Si selaku ketua program studi managemen bisnis syariah di Universitas Islam Al-Kifayah Riau.
6. Dr. Yundri Akhyar, M.A Selaku dosen pembimbing I Dan Marro'ani, S.E. Sy., M.E selaku dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan bimbingan, pengarahan, saran serta kemudahan dalam upaya penyusunan Skripsi ini.
7. Seluruh Dosen, Staf dan karyawan di Universita Islam Al-Kifayah Riau yang telah membekali berbagai ilmu kepada peneliti dan juga telah memberikan kemudahan kepada peneliti selama peneliti menuntut ilmu di kampus ini.
8. Ayahanda Zamri (Alm) dan Ibu Martini selaku belahan jiwaku setiap langkah yang penulis jalani selalu ditemani rindu yang tak bisa di ungkapkan dengan apapun kepada ayah tersayang dan juga *support* dari seorang ibu, karna itu Dengan penuh haru dan semangat untuk menjadi seorang sarjana dan juga menjadi orang yang sukses dunia akhirat. Proposal ini penulis persembahkan untuk kalian sebagai bukti bahwa anakmu terus berusaha dan terus melanjutkan harapan kalian.
9. Sembilan saudara penulis: Dosmiati, Yundri Akhyar, fitra, Rosi Susanti, Leni Marlina, Alm. Akbar Mustofa, Zukri Alhadi dan M. Raihan serta keluarga besar terima kasih telah menjadi penyemangat sekaligus donatur yang membantu penulis menjalani perkuliahan dan menyusun proposal ini.
10. Sahabat-sahabat penulis putri, agung, aria, tya exma, ammar yang selalu menemani dalam suka dan duka terima kasih atas dukungan, tawa, dan kekuatan

yang kalian berikan. Kehadiran kalian membuat perjalanan perkuliahan dan penyusunan proposal ini terasa lebih ringan dan bermakna.

11. Kepada teman-teman A22 Manajemen Bisnis Syari'ah (MBS) terimakasih atas suka duka yang tela kita lalui, semoga kita semua menjadi orang sukses.
12. Seluruh teman-teman seperjuangan di STAI Al-Kifayah Riau yang turutmemberikan motivasi sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal ini dengan baik, semoga kalian bahagia dunia dan akhirat.
13. *Last but not least* diri saya sendiri yang mampu dan sudah berjuang dan bertahan hingga saat ini.

Pekanbaru, 20 Mei 2026

M. IQBAL ALGOZI
NIM.1238.22.1600

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN ii
NOTA DINAS PEMBIMBING I iii
NOTA DINAS PEMBIMBING II iv
PERSETUJUAN v
MOTTO vi
PERSEMBAHAN vii
KATA PENGANTAR viii
DAFTAR ISI xi
ABSTRAK xix
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Penegasan Istilah 5
C. Permasalahan 6
1. Identifikasi Masalah 6
2. Batasan Masalah 6
3. Rumusan Masalah 7
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian 7
1. Tujuan Penelitian 7
2. Manfaat Penelitian 8
BAB II KAJIAN TEORI 11
A. Landasan Teori 11
B. Penelitian Relevan 23
C. Kerangka Berpikir 25
D. Hipotesis Penelitian 28
BAB III METODE PENELITIAN 30
A. Jenis Penelitian 30
B. Variabel Penelitian 31
C. Definisi Operasional 33
D. Waktu dan Lokasi Penelitian 34

E. Subjek dan Objek Penelitan....35
F. Populasi dan Sampel....35
G. Teknik Pengumpulan Data....38
1. Angket / Kuesioner....38
2. Blue Print Angket / Kuisioner....39
H. Teknik Analisis Data....41
I. Validitas dan Reliabilitas....43
BAB IV HASIL DAN BAHASAN PENELITIAN....49
A. Deskripsi Lokasi Penelitian....49
B. Penyajian Data....55
1. Angkatan....56
2. Program Studi....56
C. Ananlisis Data....58
1. Uji Validitas....58
2. Uji Reliabilitas....60
3. Uji Asumsi Klasik....58
4. Analisis Regresi Linear Berganda....61
5. Uji Hipotesis....63
BAB V PENUTUP....73
A. Kesimpulan....73
B. Saran....74
DAFTAR PUSTAKA....77
RIWAYAT HIDUP....91

DAFTAR TABEL

Tabel II.1 Kuesioner Penelitian 30

Tabel III.1 Operasional Variabel Penelitian 39

Tabel III.2 Kriteria Uji Autokolerasi 47

Tabel IV.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan 53

Tabel IV.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Program Studi 54

Tabel IV.3 Hasil Uji Validitas Kepercayaan (x1) 55

Tabel IV.4 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (x2) 56

Tabel IV.5 Hasil Uji Validitas Loyalitas Nasabah (Y) 57

Tabel IV.6 Hasil Uji Reliability Statistics Kepercayaan 56

Tabel IV.7 Hasil Uji Reliability Statistics Pelayanan 57

Tabel IV.8 Hasil Uji Reliability Statistics Loyalitas Nasabah 58

Tabel IV.9 Hasil Uji NormalitaS 59

Tabel IV.10 Hasil Uji Multikolinearitas 60

Tabel IV.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas 61

Tabel IV.12 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda 62

Tabel IV.13 Hasil Uji Parsial (Uji t) 64

Tabel IV.14 Hasil Uji Simultan (Uji F) 66

Tabel IV.15 Hasil Uji Koefisien Determinasi 67

DAFTAR GAMBAR

Kerangka Berfikir 28

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian 78
Lampiran 2 Tabulasi Data Kuesioner 80
Lampiran 3 Penyebaran Kuesioner 90

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pengalihan huruf Arab ke huruf Latin dalam skripsi ini mengacu pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 158 Tahun 1987 dan Nomor 0543b/U/1987 tentang Pedoman Transliterasi Arab-Latin.

A. Konsonan

Huruf Arab	Latin	Huruf Arab	Latin
ا	A	ط	Ṭ
ب	B	ظ	Ẓ
ت	T	ع	‘
ث	Ṡ	غ	Gh
ج	J	ف	F
ح	Ḥ	ق	Q
خ	Kh	ك	K
د	D	ل	L
ذ	Ż	م	M
ر	R	ن	N
ز	Z	و	W
س	S	ه	H
ش	Sy	ء	’
ص	Ṣ	ي	Y
ض	Ḍ		

B. Konsonan Rangkap (Tasydid)

Konsonan rangkap ditulis rangkap, misalnya عدة ditulis ‘iddah.

C. Vokal Pendek

Tanda	Nama	Latin	Contoh
◌َ	Fathah	a	كتب → **kataba**
◌ِ	Kasrah	i	ذكر → **żukira**
◌ُ	Dhammah	u	خرج → **kharuja**

D. Vokal Panjang

Huruf Arab	Latin	Contoh
ا	ā	قل → **qāla**
ي	ī	قيل → **qīla**
و	ū	نور → **nūr**

E. Ta' Marbūṭah (ة)

Ta’ marbūṭah hidup ditulis “t”, sedangkan ta’ marbūṭah mati ditulis “h”, contoh :الجامعة الإسالمية → al-jāmi‘ah al-islāmiyyah. Apabila diikuti kata sandang al dan bacaan kedua kata itu terpisah maka ta’ marbūṭah ditulis h, contoh : المدينة المنورة → al-madīnah al-munawwarah.

F. Kata Sandang Alif Lam

Kata sandang alif lam ditulis al-. Contoh الإسالم → al-islām الشريعة → asy-syarī‘ah

G. Huruf Besar

Huruf besar dalam transliterasi disesuaikan dengan Ejaan Bahasa Indonesia (EBI). Contoh: Al-Qur’an**.**

H. Singkatan

Singkatan yang umum digunakan dalam skripsi ini tetap dipertahankan. Contoh: hlm. = halaman, t.t. = tanpa tahun, dll. = dan lain-lain

ABSTRAK

M. Iqbal Algozi, (2026) Pengaruh Kepercayaan dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah di Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Al-Kifayah Riau)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kepercayaan dan pelayanan terhadap loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia pada mahasiswa Universitas Islam Al-Kifayah Riau, Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan survei. Populasi penelitian adalah mahasiswa aktif Universitas Islam Al-Kifayah Riau yang menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia. Sampel penelitian berjumlah 97 responden yang ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert dan dianalisis dengan bantuan program SPSS versi 26**.** Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji t, uji F, dan uji koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan nilai *t* hitung sebesar 3,954 dan nilai signifikansi 0,000 (< 0,05). Variabel pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan nilai *t* hitung sebesar 3,260 dan nilai signifikansi 0,002 (< 0,05). Secara simultan, kepercayaan dan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah dengan nilai *F* hitung sebesar 32,843 dan nilai signifikansi 0,000 (< 0,05). Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,411 menunjukkan bahwa kepercayaan dan pelayanan mampu menjelaskan loyalitas nasabah sebesar 41,1%, sedangkan sisanya sebesar 58,9% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Kata Kunci: Kepercayaan, Pelayanan, Loyalitas Nasabah, Bank Syariah Indonesia.

ABSTRACT

M. Iqbal Algozi (2026): The Influence of Trust and Service on Customer Loyalty at Syariah Bank Indonesia (A Case Study of Al-Kifayah Riau Islamic University Students)

This study aims to determine the influence of trust and service on the customer loyalty of Syariah Bank Indonesia among students at Al-Kifayah Riau Islamic University. The study employs a quantitative research method with a survey approach. The research population consists of active students at Al-Kifayah Riau Islamic University who are customers of Syariah Bank Indonesia. The sample comprises 97 respondents, determined using the Slovin formula and purposive sampling technique. Data were collected via questionnaires using a Likert scale and analyzed using SPSS version 26 software. Data analysis techniques included validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, t-tests, F-tests, and the coefficient of determination (R^2) test. The results indicate that, individually (partially), the trust variable has a positive and significant effect on customer loyalty, with a calculated t-value of 3.954 and a significance value of 0.000 (< 0.05). The service variable also has a positive and significant effect on customer loyalty, with a calculated t-value of 3.260 and a significance value of 0.002 (< 0.05). Simultaneously, trust and service have a positive and significant effect on customer loyalty, with a calculated F-value of 32.843 and a significance value of 0.000 (< 0.05). The coefficient of determination (R^2) value of 0.411 indicates that trust and service explain 41.1% of customer loyalty, while the remaining 58.9% is influenced by factors outside the scope of this study.

Keywords:. *Trust, Service, Customer Loyalty, Syariah Bank Indonesia.*

ملخص

محمد اقبال الغازي (٢٠٢٦) : أثر الثقة والخدمة على ولاء العملاء في بنك الشريعة الإندونيسي (دراسة حالة لطلاب جامعة الكفاية رياو الإسلامية).

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة أثر الثقة وجودة الخدمة في ولاء عملاء بنك الشريعة الإندونيسي لدى طلاب جامعة الإسلام الكفاية رياو. واعتمدت الدراسة المنهج الكمي باستخدام المدخل المسحي. وتمثل مجتمع الدراسة في الطلاب النشطين بجامعة الإسلام الكفاية رياو الذين لديهم حسابات في بنك الشريعة الإندونيسي. وبلغت عينة الدراسة (٩٧) مستجيبًا، تم تحديدها باستخدام معادلة سلوفين مع تطبيق أسلوب المعاينة القصدية. وجُمعت البيانات من خلال توزيع استبانة وفق مقياس ليكرت، ثم حُللت باستخدام برنامج س ف س س الإصدار ٢٦. وشملت أساليب تحليل البيانات اختبار الصدق، واختبار الثبات، واختبار الافتراضات الكلاسيكية، وتحليل الانحدار الخطي المتعدد، واختبار ت، واختبار ف، ومعامل التحديد. وأظهرت نتائج الدراسة أن متغير الثقة يؤثر تأثيرًا إيجابيًا ودالًا إحصائيًا في ولاء العملاء، حيث بلغت قيمة (t) المحسوبة (٣.٩٥٤)، وكانت قيمة الدلالة الإحصائية (٠٠٠٠) وهي أقل من (٠.٠٥). كما تبين أن متغير جودة الخدمة يؤثر تأثيرًا إيجابيًا ودالًا إحصائيًا في ولاء العملاء، إذ بلغت قيمة (t) المحسوبة (٣.٢٦٠)، وكانت قيمة الدلالة الإحصائية (٠.٠٠٢) وهي أقل من (٠.٠٥). وأظهرت النتائج أيضًا أن الثقة وجودة الخدمة تؤثران معًا تأثيرًا إيجابيًا ودالًا إحصائيًا في ولاء العملاء، حيث بلغت قيمة (F) المحسوبة (٣٢.٨٤٣)، وكانت قيمة الدلالة الإحصائية (٠.٠٠٠) وهي أقل من٠.٠٥. وبلغت قيمة معامل التحديد ٠.٤١١)، مما يدل على أن الثقة وجودة الخدمة تفسران ما نسبته (٤١.١ فى المائة) من التغير في ولاء العملاء، في حين تعزى النسبة المتبقية البالغة (٥٨.٩ فى المائة) إلى عوامل أخرى لم تتناولها هذه الدراسة.

الكلمات الرئيسية : الثقة، الخدمة، ولاء العملاء، بنك الشريعة الإندونيسي.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perbankan dianggap sebagai jantung perekonomian karena peran pentingnya dalam menggerakkan ekonomi suatu negara, baik saat ini maupun dimasa yang akan datang, bank diperlukan oleh hampir semua sektor, termasuk Lembaga sosial, perusahaan, dan individu dalam berbagai aktivitas keuangan. sebagaimana Menurut UU No. 21 Tahun 2008 pasal 1 ayat (1) Perbankan Syariah adalah segala sesuatu yang menyangkut tentang Bank Syariah dan Unit Usaha Syariah, mencakup kelembagaan, kegiatan bpasal 1 ayat (7) UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah disebutkan 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. [1] Perbankan Syariah merupakan suatu sistem perbankan yang dikembangkan berdasarkan Syariah (hukum) Islam. Usaha pembentukan sistem ini didasari oleh larangan dalam Agama Islam untuk memungut maupun meminjam dengan bunga atau yang disebut dengan riba serta larangan investasi untuk usaha-usaha yang dikategorikan haram, dimana hal ini tidak dapat dijamin oleh sistem Perbankan Konvensional.[2]

---

[1] Rini Febriyani Hairi, Analisis Mekanisme Terhadap Pembiayaan Mikro dengan Akad Murabahah Di Pt. Bank Syariah Mandiri Branch Office Buleleng, *Jurnal Riset Akuntansi, P-Issn: 2337-537x, Vol.6,* No. 2,Oktober 2017, hlm.38

[2] Nina Indah Febriana, *Analisis Kualitas Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Pembantu Tulungagung*, hlm. 146

Perkembangan dunia perbankan yang luas dan kompleks seiring dengan pertumbuhan yang sangat cepat. Bank harus cepat tanggap dalam menjalankan fungsi dan tanggung jawabnya dalam melayani nasabah. Dalam perspektif Islam, kepercayaan (trust) berkaitan erat dengan amanah. Lembaga perbankan syariah dituntut untuk menjaga dana, informasi, dan hak-hak nasabah secara jujur dan adil. Hal ini sesuai dengan firman Allah Swt. dalam QS. An-Nisā' ayat 58 yang memerintahkan agar setiap amanah disampaikan kepada yang berhak menerimanya dan setiap keputusan dilakukan secara adil.

إِنَّ ٱللَّهَ يَأۡمُرُكُمۡ أَن تُؤَدُّواْ ٱلۡأَمَٰنَٰتِ إِلَىٰٓ أَهۡلِهَا وَإِذَا حَكَمۡتُم بَيۡنَ ٱلنَّاسِ أَن تَحۡكُمُواْ بِٱلۡعَدۡلِ

QS. An-Nisā' (4): 58
Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan apabila kamu menetapkan hukum di antara manusia hendaknya kamu menetapkannya dengan adil.[3]

Di dalam satu bank, pelayanan merupakan hal yang sangat penting karena meningkatkan jumlah nasabahnya. Untuk dapat memenangkan persaingan yang semakin kompetetif dan menjaga hubungan yang baik antara bank dan nasabahnya, bank harus memberi pelayanan yang terbaik.

Pelayanan (*service quality*) menjadi salah satu faktor utama yang mempengaruhi loyalitas konsumen. Pelayanan yang baik mencakup kecepatan, keramahan, kemudahan akses digital, dan solusi yang diberikan

[3] Kementerian Agama Republik Indonesia, Al-Qur'an dan Terjemahannya (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019), QS. An-Nisā' (4): 58.

kepada nasabah. Studi-studi sebelumnya menunjukkan bahwa pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah perbankan syariah. Namun, hasil penelitian juga bervariasi, ada yang menemukan kepercayaan tidak selalu berpengaruh kuat, sementara pelayanan terbukti lebih dominan.[4]

Faktor yang mempengaruhi tingkat keberhasilan dan kualitas Bank salah satunya adalah kemampuan suatu perusahaan dalam memberikan layanan yang bermutu kepada konsumennya, pencapaian bangsa pasar yang tinggi, serta peningkatan profit perusahaa.[5] Citra ini dapat dibangun melalui kualitas produk, kualitas pelayanan, kualitas kepercayaan dan kualitas keamanan. Tanpa citra yang positif maka kepercayaan yang sedang dan akan dibangun tidak akan efektif. Untuk meningkatkan citra perbankan maka bank perlu memberikan pelayanan yang memuaskan serta menjaga kepercayaan yang telah diberikan. Apabila nasabah merasa puas maka nasabah akan kembali untuk melakukan transaksi.

Pelayanan merupakan suatu jalan untuk mempertahankan bank agar selalu didekat dan diangkat oleh nasabah yang diberikan adalah pelayanan terbaik sehingga nasabah tersebut tidak akan pindah ke bank lain. selanjutnya pelayanan yang baik juga harus diikuti oleh tersedianya sarana

---

[4] Anisa Nuri Lutfiani, dkk., *Pengaruh Kepercayaan dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah*, (Waleri: Bank BSI KCP Waleri, 2022). hlm. 52

[5] Rambat Lupiyaodi, *Manajemen Pemasaran Jasa,* (Jakarta : Salamba Empat, 2001), hlm. 148

dan prasarana yang dimiliki harus dioperasikan oleh manusia yang berkualitas pula.[6]

Loyalitas terdiri dari kata dasar "Loyal" yang berarti setia. Loyalitas nasabah adalah suatu komitmen nasabah untuk bertahan secara terus menerus untuk tetap kembali berlangganan atau melakukan pembelian ulang barang atau jasa secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun banyak usaha-usaha lain yang menawarkan barang atau jasa yang sama. Loyalitas nasabah merupakan suatu kunci sukses usaha dalam menjalin kerjasama antara nasabah dengan perusahaan.

Mahasiswa merupakan salah satu segmen potensial dalam perkembangan industri perbankan syariah. Sebagai generasi muda terdidik, mahasiswa memiliki tingkat literasi keuangan yang cukup baik serta kecenderungan dalam menentukan pilihan lembaga keuangan yang sesuai dengan nilai dan prinsip yang diyakininya. Hal ini juga terlihat pada mahasiswa Universitas Islam Al-Kifayah Riau, yang merupakan perguruan tinggi berbasis keislaman di Provinsi Riau. Sebagai institusi pendidikan Islam, mahasiswa Universitas Islam Al-Kifayah Riau memiliki pemahaman keagamaan yang menjadi dasar dalam memilih layanan keuangan berbasis syariah. Selain itu, mahasiswa sebagai nasabah memiliki karakteristik unik, seperti kebutuhan transaksi pendidikan, pembayaran UKT, tabungan, serta penggunaan layanan digital banking. Kondisi ini menjadikan mahasiswa

[6] A. Hasymi All, *American Institutie Of Banking, Dasar-Dasar Oprasional Bank,* (Jakarta: Media,1997),hlm.130

sebagai kelompok yang relevan untuk mengukur tingkat kepercayaan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah bank syariah. Oleh karena itu, pemilihan mahasiswa Universitas Islam Al-Kifayah Riau sebagai objek penelitian dinilai tepat karena sesuai dengan konteks penelitian mengenai pengaruh kepercayaan dan pelayanan terhadap loyalitas nasabah.[7]

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul "Pengaruh Kepercayaan dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah di Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Al-Kifayah Riau)

B. Penegasan Istilah

1. Kepercayaan Nasabah

   Kepercayaan nasabah adalah keyakinan nasabah bahwa suatu institusi, seperti bank, akan bertindak demi kepentingan terbaik mereka, menyediakan layanan yang konsisten dan andal, serta memenuhi janji-janji yang diberikan. Kepercayaan merupakan faktor yang perlu dipertahankan untuk membentuk hubungan dekat dengan nasabah, sekaligus menumbuhkan kepercayaan nasabah terhadap perusahaan.

2. Pelayanan

   Pelayanan merupakan kegiatan yang di tunjukkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah, baik secara langsung maupun tidak langsung dengan tujuan untuk memberikan kepuasan kepada nasabah.

---

[7] STAI Al-Kifayah Riau, *Profil STAI Al-Kifayah Riau*, (Riau: STAI Al-Kifayah Riau, tahun), hlm. 10

3. Loyalitas

Loyalitas merupakan sebuah sikap yang menjadi dorongan prilaku untuk melakukan pembelian produk atau jasa dari suatu perusahaan yang menyertakan aspek perasaan didalamnya, khususnya yang membeli secara teratur dan berulang-ulang.

C. Permasalahan

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas maka identifikasi dalam penelitian ini adalah :

a. Belum diketahui secara pasti tingkat kepercayaan mahasiswa Universitas Islam Al-Kifayah Riau terhadap bank syariah yang mereka gunakan.
b. Masih terdapat kemungkinan pelayanan bank syariah yang diterima mahasiswa belum sepenuhnya memenuhi harapan nasabah.
c. Loyalitas mahasiswa sebagai nasabah bank syariah belum dapat diukur secara jelas, apakah sudah tergolong tinggi atau masih rendah.
d. Pemahaman nasabah mengenai penerapan prinsip syariah dalam operasional bank masih bervariasi sehingga memengaruhi tingkat kepercayaan.
e. Belum diketahui sejauh mana kualitas pelayanan berkontribusi terhadap peningkatan loyalitas nasabah dalam penggunaan layanan perbankan syariah.

2. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perlu adanya pembatasan permasalahan agar penelitian ini lebih terfokus dan terarah. Batasan masalah pada penelitian ini dengan memfokuskan pada Pengaruh Kepercayaan dan Pelayanan terhadap Loyalitas nasabah pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Al-Kifayah Riau).

3. Rumusan Masalah

Berdasarkan Latar Belakang diatas, maka permasalahan di dalam penelitian ini dapat dirumuskan :

1. Bagaimana Pengaruh kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Al-Kifayah Riau)?
2. Bagaimana Pengaruh pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Al-Kifayah Riau)?
3. Bagaimana Pengaruh kepercayaan dan pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Al-Kifayah Riau)?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah:

a. Untuk menganalisis pengaruh kepercayaan nasabah terhadap loyalitas di Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Al-Kifayah Riau).
b. Untuk menganalisis pengaruh pelayanan terhadap loyalitas di Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Al-Kifayah Riau)
c. Untuk menganalisis Pengaruh Kepercayaan dan Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Syariah Indonesia (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Al-Kifayah Riau)

2. **Manfaat Penelitian**

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang manajemen pemasaran dan perbankan syariah, dengan beberapa manfaat sebagai berikut:

1) Memberikan kontribusi teoritis terhadap kajian mengenai faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas nasabah, terutama dalam konteks lembaga keuangan berbasis syariah.
2) Menjadi bahan referensi akademik bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengembangkan penelitian serupa mengenai hubungan antara kepercayaan, pelayanan, dan loyalitas nasabah.
3) Menguatkan teori-teori pemasaran jasa, khususnya teori yang berkaitan dengan *trust (kepercayaan)* dan *service quality (kualitas*

pelayanan) dalam membangun hubungan jangka panjang dengan nasabah.

4) Menambah literatur empiris mengenai perilaku nasabah bank syariah di Indonesia, sehingga dapat memperkaya perspektif akademis dalam pengelolaan loyalitas pelanggan pada industri perbankan syariah.

b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat nyata bagi berbagai pihak, antara lain:

1. Bagi Bank Syariah Indonesia (BSI)
   a) Memberikan masukan strategis dalam meningkatkan kepercayaan dan kualitas pelayanan kepada nasabah, sehingga dapat memperkuat loyalitas nasabah.
   b) Menjadi bahan evaluasi internal untuk mengetahui seberapa besar pengaruh faktor kepercayaan dan pelayanan terhadap tingkat loyalitas nasabah di cabang tertentu.
   c) Membantu pihak manajemen dalam merancang kebijakan pelayanan yang lebih efektif, sesuai prinsip syariah dan kebutuhan nasabah modern.
2. Bagi Nasabah
   a) Memberikan pemahaman mengenai pentingnya peran kepercayaan dan pelayanan dalam menciptakan hubungan jangka panjang antara nasabah dan bank syariah.

b) Meningkatkan kepuasan dan kenyamanan nasabah melalui perbaikan kualitas layanan berdasarkan hasil penelitian.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

a) Menjadi referensi dan acuan empiris untuk penelitian lanjutan yang membahas variabel kepercayaan, pelayanan, dan loyalitas pada konteks lembaga keuangan lainnya, baik syariah maupun konvensional.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Kepercayaan Nasabah

a. Definisi Kepercayaan

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia, kepercayaan merupakan harapan dan keyakinan seseorang akan kejujuran, kebaikan dan lain sebagainya dari orang lain, sedangkan menurut Henslin kepercayaan adalah harapan individu terhadap reliabitas orang lain. Pondasi dari kepercayaan ini meliputi sikap saling menghargai satu dengan lainnya dan menerima adanya perbedaan. [8]

Kepercayaan adalah pondasi penting dalam hubungan antara bank dan nasabah. Kepercayaan merujuk pada keyakinan nasabah bahwa bank akan bertindak sesuai dengan kepentingan terbaik mereka dan menyediakan layanan yang konsisten dan dapat diandalkan. Kepercayaan nasabah terbentuk melalui pengalaman positif berulang dalam transaksi dengan bank, yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas nasabah. Kepercayaan ini dapat menciptakan komitmen jangka panjang dan mengurangi kemungkinan nasabah untuk berpindah ke bank lain. Kepercayaan berperan sebagai mediator antara kualitas layanan dan loyalitas

[8] Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 2008), hlm. 855.

nasabah. Kualitas layanan yang tinggi meningkatkan kepercayaan nasabah, yang kemudian berdampak positif pada loyalitas mereka. Kepercayaan nasabah merupakan peran penting dalam memastikan bahwa nasbah tetap setia kepada bank, bahkan Ketika ada tawaran yang lebih menarik dari bank-bank lainnya.[9]

Kepercayaan menurut perspektif Islam adalah hubungan antara kejujuran dan keberhasilan kegiatan ekonomi yang menunjukan hal positif. Setiap bisnis yang di dasarkan pada kejujuran akan mendapatkan kepercayaan dari pihak lain. kepercayaan ini akan menambah nilai transaksi kegiatan bisnis dan pada akhirnya akan meningkatkan keuntungan. [10] Ketetapan dan kepercayaan inilah yang akan menumbuhkan kepercayaan nasabah tehadap perusahaan perbankan sebagai penyedia layanan jasa, Allah juga menghendaki setiap umatnya untuk menepati janji yang telah dibuat dan di nyatakan.

b. Faktor yang mempengaruhi Kepercayaan.

Kepercayaan sangat bermanfaat dan penting untuk membangun kepuasan walaupun menjadi pihak yang dipercaya tidaklah mudah dan memerlukan usaha bersama. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan adalah :

---

[9] Eline O Hotubessy dkk. "*Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Harapan BCA Cabang Ambon*",hlm. 250.

[10] Kuat Ismanto, *Manajemen Syariah : Implementasi TQM Dalam Lembaga Keuangan Syariah,* (Yogyakarta: Pustaka pelajar, 2009) hlm. 35.

1) Nilai merupakan hal dasar untuk membangun sebuah kepercayaan. Pihak-pihak dalam sebuah *relationship* yang memiliki perilaku, tujuan, dan kebijakan yang sama akan mempengaruhi kemampuan mengembangkan kepercayaan.
2) Kompetensi, kompetensi menunjukkan kemampuan dan keahlian suatu pihak dalam memberikan layanan. Semakin profesional dan mampu bank memenuhi kebutuhan nasabah, semakin tinggi tingkat kepercayaan yang terbentuk.
3) Komunikasi yang terbuka dan teratur. komunikasi yang di lakukan untuk menghasilkan kepercayaan harus di lakukan secara teratur dan berkualitas tinggi dengan kata lain harus relevan dan tepat waktu. Komunikasi masa lalu yang positif akan menimbulkan kepercayaan dan pada masa yang akan datang menjadi komunikasi yang lebih baik.[11]

c. Strategi Membangun Kepercayaan.

Membangun kepercayaan berarti membangun hubungan yang andal dan jujur dengan orang lain. Ini melibatkan sikap dapat diandalkan, jujur, dan menunjukkan kepedulian terhadap perasaan dan kebutuhan orang lain. Beberapa strategi untuk bisa membangun kepercayaan nasabah antara lain:

a) Proteksi informasi rahasia

[11] Mislah Hayati Nasution, "Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Internet Banking"*, Jurnal Nisbah Vol*.2015

b) Tidak membuat komentar yang meremehkan tentang nasabah serta pesaing lainnya.

c) Memberikan sebuah informasi yang sebenarnya walaupun sangat menyakitkan.

d) Menyediakan pelanggan informasi lengkap tentang kelebihan serta kekurangan.

e) Menjadi perusahaan yang dapat diandalkan, sopan serta perhatian terhadap pelanggan.

f) Aktif serta terlibat dalam masalah sosial.[12]

2. Pelayanan

a. Pengertian Pelayanan

Pelayanan adalah suatu kegiatan yang di peruntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada nasabah. Melalui pelayanan ini keinginan dan kebutuhan nasabah dapat terpenuhi. [13] Pelayanan juga merupakan kegiatan yang dibentuk oleh organisasi yang menyangkut kebutuhan nasabah dan akan menimbulkan kesan tersendiri, dengan adanya pelayanan yang baik maka nasabah akan merasa puas. Dengan demikian pelayanan merupakan hal yang sangat penting dalam upaya menarik nasabah untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan. Sedangkan definisi yang lain menyatakan bahwa pelayanan atau *service* adalah setiap kegiatan

[12] Sherren dan Hartiwi Prabowo, "*Analisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Kepercayaan Pelanggan dan Dampaknya Pada Retensi Pelanggan JNE Pangkalpinang"*. (Thesis Binus Jakarta.2012),hlm. 45

[13] Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2010),hlm.22

atau manfaat yang diberikan suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produknya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik.

b. Bentuk-Bentuk Pelayanan

Pelayanan dapat dikategorikan dalam tiga bentuk yaitu : layanan dengan lisan, dengan tulisan, layanan dengan perbuatan.[14]

a) Layanan dengan lisan.

Layanan dengan lisan dilakukan oleh petugas-petugas dibidang masyarakat (humas), bidang layanan informasi dan bidang-bidang lainnya yang tugasnya memberikan penjelasan atau keterangan kepada siapapun yang memerlukan.

b) Layanan dengan tulisan

Layanan dengan tulisan merupakan bentuk layanan yang paling menonjol dalam pelaksanaan tugas. Tidak hanya dari segi jumlah tetapi juga dari segi perannya. Pada dasarnya pelayanan melalui tulisan-tulisan yang cukup efesien terutama layanan jarak jauh karena faktor biaya. Layanan dalam bentuk tulisan dapat memutuskan pihak yang dilayani, satu hal yang dapat diperhatikan adalah faktor kecepatan, baik dalam pengelolaan masalah maupun proses penyelesaiannya.

---

[14] A. S. Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia* (Jakarta: Bumi Aksara, 2010), hlm. 190–191.

c) Layanan dengan perbuatan

Dilakukan oleh Sebagian besar kalangan menengah dan bawah. Karena itu faktor keahlian dan keterampilan petugas tersebut sangat menentukan hasil perbuatan atau pekerjaannya.[15]

c. Dasar-Dasar Pelayanan

Dasar-dasar pelayanan adalah seperangkat prinsip dan etika yang bertujuan untuk memberikan pengalaman terbaik kepada pelanggan, memastikan kebutuhan mereka terpenuhi, dan menciptakan kepuasan yang mengarah pada loyalitas.

Berikut ini dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami dalam memberikan pelayanan yaitu :

a) Berpakaian dan berpenampilan bersih dan rapi
b) Percaya diri, bersikap akrab dengan penuh senyum
c) Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika sudah kenal
d) Tenang, sopan, hormat, serta tekun mendengarkan setiap pembicaraan
e) Berbicara dengan bahasa baik dan benar.
f) Bertanggung jawab sejak awal hingga selesai.

Setiap perusahaan selalu ingin dianggap terbaik di mata nasabahnya. Pada intinya nasabah ingin diberikan pelayanan

[15] http://Tesisdisertasi.Blogspot.com//2010/07/bentuk-pelayanan.html

yang terbaik, pelayanan yang baik harus diketahui oleh pihak perusahaan sehingga keinginan nasabah dapat diberikan secara maksimal. Adapun pelayanan yang baik adalah sebagai berikut:[16]

- Tersedia sarana dan prasarana yang baik

  Nasabah ingin dilayani prima, oleh karena itu untuk melayani nasabah salah satu yang paling penting diperhatikan adalah sarana dan prasarana yang tersedia.

- Tersedianya petugas yang baik

  Kenyamanan nasabah tergantung dari petugas yang melayaninya. Petugas harus ramah, sopan, dan menarik. *Customer service* juga harus cepat tanggap, pandai berbicara, dan menyenangkan serta pintar.

- Bertanggung jawab kepada nasabah sejak awal hingga selesai

  Dalam menjalankan kegiatan pelayanan, setiap petugas bank harus mampu melayani dari awal hingga selesai.

- Mampu melayani secara cepat dan tepat.

  Dalam melayani nasabah diharapkan petugas bank harus melakukannya sesuai prosedur. Layanan yang diberikan sesuai jadwal dan pekerjaan tentunya dan jangan membuat

[16] *Ibid,* hlm.210-211

kesalahan dalam pelayanan yang diberikan dan sesuai dengan keinginan nasabah.

- Mampu berkomunikasi

  Petugas harus mampu berbicara kepada setiap nasabah dan memahami keinginan konsumen, artinya petugas harus dapat berkomunikasi dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti, dan jangan menggunakan istilah yang sulit dimengerti.

- Berusaha memahami kebutuhan nasabah

  Pertugas bank harus cepat tanggap apa yang diinginkan nasabah, mengerti dan memahami keinginan dan kebutuhan nasabah.

3. Loyalitas

a. Pengertian Loyalitas

Loyalitas merupakan suatu kata yang biasanya digunakan untuk menggambarkan kesetiaan dan kepatuhan. Loyalitas nasabah memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Maka hal ini menjadi alasan utama bagi sebuah perusahaan untuk menarik dan mempertahankan mereka. Usaha untuk memperoleh nasabah yang loyal tidak bisa dilakukan sekaligus, tetapi melalui beberapa tahapan, mulai dari mencari nasabah potensial sampai memperoleh

rekan kerja sama.[17]

Loyalitas nasabah atau pelanggan adalah komitmen pelanggan bertahan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/jasa terpilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempuyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku.[18]

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi Loyalitas

Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas adalah apa yang dirasakan nasabah ketika menggunakan layanan bank, apakah mereka merasa aman, nyaman, diuntungkan dan dihargai. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas yaitu: [19]

1) Ikatan

Ikatan adalah ketertarikan yang muncul karena pengalaman positif yang membuat nasabah bukan hanya puas secara transaksi, tetapi juga memiliki rasa keyakinan hati dan pikiran untuk terus menggunakan layanan bank.

2) Kepercayaan

Kepercayaan adalah keyakinan nasabah bahwa bank aman, jujur, dan dapat diandalkan. Sehingga nasabah mempercayai

---

[17] Jill Griffin, *Customer Loyalty: "Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*", terj. Dwi Kartini Yahya (Jakarta: Erlangga, 2005), hlm. 5.

[18] Ratih Hurriyati, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen* (Bandung: Alfabetha, 2018), hlm. 129

[19] Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa: "Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*", Edisi Terbaru (Yogyakarta: Andi, 2019), hlm. 395.

suatu produk jasa dan menggunakan produk tersebut secara berulang.

3) Kepuasan

Kepuasan adalah perasaan senang atau puas yang muncul setelah menggunakan layanan bank. Ketika pengalaman nasabah melebihi harapan, loyalitas akan terbentuk.

c. Karakteristik Loyalitas

Pelanggan yang loyal merupakan aset penting bagi perusahaan, hal ini dapat dilihat dari karakteristik yang dimilikinya. Adapun pelanggan yang loyal memiliki karakteristik sebagai berikut :

1) melakukan pembelian berulang kali
2) hanya membeli produk perusahaan tersebut
3) menolak produk lain,
4) menunjukkan kekebalan (tidak signifikan) terhadap daya tarik produk pesaing sejenis
5) menciptakan peluang[20]

d. Indikator Loyalitas Nasabah

Indikator loyalitas nasabah adalah sebagi berikut :[21]

1) Melakukan transaksi secara berulang akan membuat nasabah bertahan lama untuk berlangganan kembali atau melakukan

[20] Muhammad adam, *Manajemen Pemasaran,* hlm. 52.

[21] Jill Griffin, *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*, terj. Dwi Kartini Yahya (Jakarta: Erlangga, 2005), hlm. 31.

pembelian produk atau jasa secara konsisten dimasa yang akan datang.

2) Memberi rekomendasi kepada orang lain. Nasabah melakukan komunikasi dari mulut ke mulut agar tertarik untuk menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia.
3) Tidak terpengaruh terhadap daya tarik barang lain. Nasabah menolak untuk menggunakan produk atau jasa alternatif yang ditawarkan oleh pesaing walaupun bunga yang ditawar rendah atau menanggung biaya yang tinggi.
4) Membicarakan hal-hal positif kepada orang lain dan bersedia tetap menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia.

4. Nasabah

a. Pengertian Nasabah

Nasabah adalah pelanggan (*customer*) yaitu individu atau perusahaan yang mendapatkan manfaat atau produk dan jasa dari sebuah perusahaan perbankan. Meliputi kegiatan pembelian penyewaan serta layanan jasa.[22] Menurut Pasal 1 Ayat 17 Undang-Undang No. 10 tahun 1998, nasabah didefinisikan sebagai "Pihak yang menggunakan jasa bank", dan mereka memiliki peran yang signifikan dalam industri perbankan, karena dana yang disimpan

[22] Mislah Hayati Nasution, sutisna, Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Nasabah Terhadap Internet Bangking, *Jurnal Nisbah. Vol 1,* No-1, hlm. 65.

oleh nasabah di bank merupakan dana yang terpenting bagi operasi bank untuk menjalankan operasinya.

b. Jenis-Jenis Nasabah

Menurut Pasal 1 Ayat 16 Undang-Undang Perbankan, nasabah adalah orang yang menggunakan jasa bank, dan mereka dibagi menjadi dua, yaitu:

1) Nasabah penyimpan adalah nasabah yang menempatkan dananya dibank dalam bentuk simpanan berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.
2) Nasabah debitur adalah nasabah yang memperoleh fasilitas kredit atau pembiayaan berdasarkaan prinsip syariah atau yang dipersamakan dengan itu berdasarkan perjanjian bank dengan nasabah yang bersangkutan.[23]

c. Sebab-sebab Nasabah Meninggalkan Bank

Adapun sebab nasabah meninggalkan bank, baik untuk sementara waktu atau selamanya, maka seorang karyawan bank terlebih *customer service* harus tahu apa saja yang membuat nasabah meninggalkan bank. [24]

Berikut sebab-sebab nasabah meninggalkan bank:

1) Pelayanan yang kurang memuaskan

[23] Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan atas Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan, Pasal 1 Ayat (16), (17), dan (18).hlm. 3.

[24] Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian* (Yogyakarta: Andi, 2014), hlm. 393.

Nasabah dapat merasa tidak puas dengan pelayanan, merasa tidak dilayani dengan baik (acuh), merasa disepelekan, tidak diperhatikan, atau merasa tersinggung.

2) Produk yang tidak baik

Produk yang ditawarkan tidak memiliki kelebihan atau keunggulan tertentu jika dibandingkan dengan produk pesaing.

3) Biaya yang relatif mahal

Biaya yang dibebankan kepada nasabah relatif mahal dibandingkan dari bank pesaing. Hal ini juga menyebabkan nasabah lari dari bank yang bersangkutan.

4) Ingkar janji, tidak tepat waktu

Petugas *customer service* tidak menepati janji seperti waktu pelayanan, begitu juga dengan penyelesaian pekerjaan yang tidak sesuai dengan keinginan nasabah.

B. Penelitian Relevan

Tinjauan penelitian terdahulu atau sering disebut dengan tinjauan pustaka merupakan telahah terhadap hasil-hasil penelitian yang berkaitan dengan objek penelitian yang berkaitan dengan objek penelitian yang sedang dikaji. Kemudian bagaimana hasilnya jika dikaitkan dengan tema penelitian yang akan dilaksanakan dan melakukan penelitian mengenai apa saja yang belum diteliti. [25]

[25] Suharsimi Arikunto. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik.* (Jakarta : Rineka Cipta, 2018).

Oleh karena itu sebelum merencanakan penelitian ini maka penulis mengkaji beberapa referensi penelitian yang relevan agar peneliti memiliki acuan dalam melaksanakan penelitian sehingga dapat berjalan sesuai dengan yang diharapkan. Relevensi dari beberapa penelitian terdahulu dengan penelitian penulis diuraikan dalam table sebagai berikut :

Tabel II.1
Penelitian Terdahulu

NO	Nama penelitian	Judul Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1	Anisa Nuri Lutfiani dkk, (2022)	Pengaruh Kepercayaan dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah	*Accidental Sampling* 100 Responden	kepercayaan berpengaruh negatif signifikan terhadap loyalitas nasabah, artinya bahwa kepercayaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah di bank BSI KCP waleri.
	Noviana Nurul Ulfa dkk, (2020)	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah (BPR MUARA UYA)	Sampel 100 Responden Regresi Linier Berganda	Pengaruh terhadap loyalitas nasabah bank perkreditan rakyat (BPR) adalah signifikan dengan nilai R=0,689.
3	Eline O, Hotubessy dkk, (2024)	Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasbah Tabungan Harapan BCA Cabang Ambon	Pendekatan kuantitaif dengan metode survei 115 Responden	kepercayaan dan kepuasan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Meskipun kepercayaan penting, kepuasan nasabah memiliki pengaruh yang lebih dominan terhadap Loyalitas

				di BCA cabang ambon.
NO	**Nama penelitian**	**Judul Penelitian**	**Alat Analisis**	**Hasil Penelitian**
4	Sari dan Putra (2019)	Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah Bank	Sampel 200 Responden Regresi Linier Berganda	kepercayaan dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah**,** dengan variabel kepercayaan sebagai faktor yang paling dominan. Hal ini menunjukkan pentingnya membangun hubungan jangka panjang antara bank dan nasabah.
5	Wulandari (2018)	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah pada Perbankan Syariah	Metode kuantitatif dengan pendekatan survey	kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah**,** dimana pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan dan pada akhirnya menciptakan loyalitas nasabah yang tinggi.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah peneliti cantumkan pada bagian Penelitian Relevan , perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu dapat ditulis sebagai berikut:

Penelitian ini memiliki beberapa perbedaan dengan penelitian-penelitian sebelumnya.

Perbedaan pertama terletak pada objek dan lokasi penelitian**.** Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Universitas Islam Al-Kifayah Riau yang menjadi nasabah Bank Syariah Indonesia (BSI) , sedangkan penelitian Anisa Nuri Lutfiani dkk. (2022) dilakukan pada nasabah BSI KCP Waleri, Noviana Nurul Ulfa dkk. (2020) pada nasabah BPR Muara Uya, dan Eline O. Hotubessy dkk. (2024) pada nasabah Tabungan Harapan BCA Cabang Ambon.

Perbedaan kedua terletak pada karakteristik responden. Penelitian ini secara khusus menggunakan responden dari kalangan mahasiswa yang memiliki latar belakang pendidikan Islam, sehingga memiliki karakteristik dan perilaku yang berbeda dibandingkan nasabah umum yang digunakan dalam penelitian terdahulu.

Perbedaan ketiga terdapat pada variabel penelitian. Penelitian ini menguji pengaruh kepercayaan dan pelayanan terhadap loyalitas nasabah secara parsial maupun simultan. Sementara itu, penelitian Noviana Nurul Ulfa dkk. hanya meneliti variabel kepercayaan terhadap loyalitas nasabah, sedangkan penelitian Eline O. Hotubessy dkk. menggunakan variabel kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas nasabah.

Perbedaan keempat adalah pada konteks penelitian**.** Penelitian ini berfokus pada loyalitas nasabah Bank Syariah Indonesia di lingkungan perguruan tinggi Islam, sehingga dapat memberikan gambaran mengenai

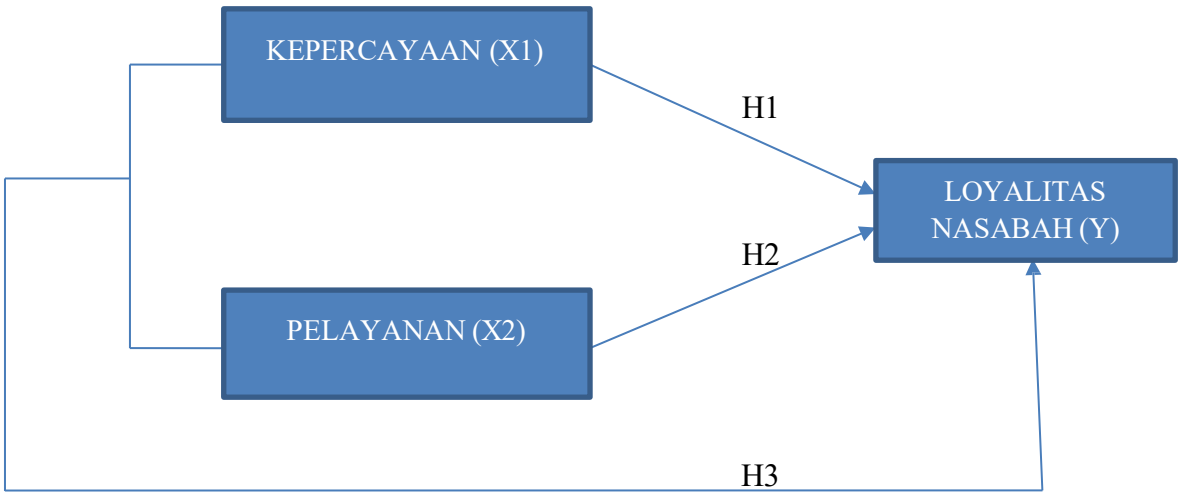
perilaku loyalitas generasi muda dan mahasiswa terhadap layanan perbankan syariah. Aspek ini belum banyak dibahas dalam penelitian-penelitian sebelumnya yang lebih banyak menggunakan responden nasabah umum.

C. Kerangka Berpikir

Perkembangan perbankan syariah di Indonesia menuntut Bank Syariah Indonesia (BSI) untuk mampu mempertahankan nasabah melalui penciptaan loyalitas. Loyalitas nasabah menjadi faktor penting karena nasabah yang loyal tidak hanya melakukan transaksi berulang, tetapi juga merekomendasikan bank kepada pihak lain.

Mahasiswa Universitas Islam Al-Kifayah Riau sebagai nasabah Bank Syariah Indonesia, kepercayaan dan pelayanan diduga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah. Mahasiswa sebagai generasi muda memiliki ekspektasi tinggi terhadap kualitas pelayanan dan nilai-nilai keislaman yang diterapkan oleh bank syariah. Oleh karena itu, peningkatan kepercayaan dan kualitas pelayanan diharapkan dapat meningkatkan loyalitas mahasiswa terhadap Bank Syariah Indonesia.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa **kepercayaan (X_1)** dan **pelayanan (X_2)** merupakan variabel independen yang memengaruhi **loyalitas nasabah (Y)**.



Gambar 2.1

Kerangka Berpikir

Keterangan:

X_1 = Kepercayaan

X_2 = Pelayanan

Y = Loyalitas Nasabah

Pada penelitian ini Kepercayaan (X_1) Pelayanan (X_2) sebagai variabel *independent* yang mempengaruhi, sedangkan Loyalitas Nasabah (Y) sebagai variabel *dependent* yang dipengaruhi baik secara parsial maupun simultan.

D. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan teori atau dasar yang telah kemukakan di atas, serta hasil studi terdahulu yang telah dilakukan, masalah penelitian ini perlu dikemukakan hipotesis. Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap masalah yang masih terduga karena masih harus dibuktikan kebenaranny.[26] Hipotesis dimaksudkan untuk memberikan gambaran mengenai penelitian yang dilakukan penulis, yang selanjutnya agar diuji kebenarannya dengan menggunakan data yang ada.

Adapun hipotesis yang dikemukakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. **H_1** = Kepercayaan berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas nasabah pada Bank Syariah Indonesia.
2. **H_2** = Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap terhadap Loyalitas nasabah pada Bank Syariah Indonesia.
3. **H_3** = Kepercayaan dan Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap terhadap Loyalitas nasabah pada Bank Syariah Indonesia

[26] Sandu Siyuto,Dkk., *Dasar Metodologi Penelitian,* (Yogyakarta: Literasi Media Publishing,2015), hlm.56