

**PENGARUH PRINSIP KEPATUHAN SYARIAH, KOMITMEN AGAMA DAN
KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK
BRI SYARIAH DI SURABAYA**

ARTIKEL ILMIAH



Disusun Oleh :

FEBY DWI ARIFIANI
2014241055

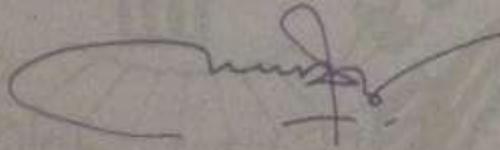
**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS
SURABAYA
2016**

PENGESAHAN ARTIKEL ILMIAH

Nama : Feby Dwi Arifianti
Tempat, Tanggal Lahir : Mojokerto, 09 Maret 1994
N.LM : 2014241055
Program Studi : Manajemen
Program Pendidikan : Strata 1
Konsentrasi : Manajemen Perbankan
Judul : Pengaruh Prinsip Kepatuhan Syariah, Komitmen Agama dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Bank BRI Syariah di Surabaya

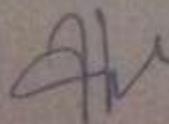
Disetujui dan diterima baik oleh :

Dosen Pembimbing,
Tanggal : 19 - 10 - 2016



(Mochamad Nurhadi, S.Kom., M.M.)

Ketua Program Sarjana Manajemen,
Tanggal : 19 - 10 - 2016



(Dr. Muazaroh S.E., M.T.)

PENGARUH PRINSIP KEPATUHAN SYARIAH, KOMITMEN AGAMA DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK BRI SYARIAH SURABAYA

Feby Dwi Arifianti

STIE Perbanas Surabaya

Email : Febbyarifianti@gmail.com

Jl. Nginden Semolo No. 34-36 Surabaya

Mochamad Nurhadi, S.Kom., M.M.

STIE Perbanas Surabaya

Email : Nurhadi@perbanas.ac.id

Jl. Nginden Semolo No. 34-36 Surabaya

ABSTRACT

Financial service industry become more competitive. This condition not only because emergence of new financial service, but also triggered by presence of sharia- based financial service and growing more passionate. Shariah bank with islam concept actually becomes competitors that can not be underestimated by conventional banks. The purpose of the present study was to describe the relationship shariah principles adherence, religious commitment and trust of loyalty on bank shariah in Surabaya. Responden were islamic bank's customers domiciled in Surabaya. A predetermined number of samples were taken by the use of a simple random sampling technique. Analysis was performed using the SPSS 20. Result indicated that shariah principles adherence, religious commitments of shariah banking jointly had significant effects on customer loyalty. Trust had no direct and indirect effect on customer loyalty.

Keywords: *Shariah Principles adherence, Religious Commitments and Trust of Costumer loyalty*

PENDAHULUAN

Perbankan syariah di Indonesia, berkembang dengan pesat sejak dikeluarkannya berbagai kebijakan tentang Bank Syariah. Data statistik Bank Indonesia Desember 2007, menunjukkan di Indonesia sudah terdapat 3 Bank Umum Syariah, 26 Bank Unit Usaha Syariah dan 114 Bank Perkreditan Rakyat Syariah dengan jumlah aset dalam juta rupiah

sebesar 36,719,603 (tidak termasuk Bank Perkreditan Rakyat Syariah). Dewan Pengawas Syariah (Muhammad Syafi'i Antonio, 2001). Pengembangan perbankan syariah tidak hanya dikaitkan dengan masalah tuntutan pemenuhan ketentuan agama. Akan tetapi lebih ditekankan pada keunggulan komparatif yang dapat ditawarkan baik secara mikro bagi pengguna jasa dan investor maupun secara makro bagi sistem perekonomian

secara keseluruhan. Bukti empiris menunjukkan ketika Indonesia mengalami krisis multidimensi bank syariah tetap eksis karena lewat sistem nisbah (Presentase bagi hasil) tidak hanyut oleh tingkat suku bunga simpanan yang melonjak sehingga beban operasional lebih rendah dari bank konvensional. Wujud nyata keseriusan mengembangkan dan menjaga agar produk bank syariah tetap dalam koridor syariah di Indonesia adalah melalui lembaga pendukung, antara lain Badan Arbitrase Syariah, Dewan Syariah Nasional yang beranggota ulama MUI, dan kewajiban ada Dewan Pengawas Syariah di setiap bank syariah (Muhammad Syafi'i Antonio, 2001).

Bank BRI Syariah cabang Surabaya merupakan bank BUMN milik

pemerintah yang merupakan sistem syariah yaitu bank yang aktivitasnya, baik penghimpun dana maupun dalam penyaluran dannya memberikan dan mengenakan imbalan atas dasar prinsip syariah yaitu jual beli dan bagi hasil. Dalam melakukan kegiatan usahanya BRI Syariah tidak berdasarkan bunga, tetapi berdasarkan pada prinsip Syariah yaitu prinsip pembagian keuntungan dan kerugian. Selain memberikan pelayanan yang langsung dapat dirasakan oleh nasabah, pihak Bank BRI syariah cabang Surabaya menyadari bahwa hal utama yang senantiasa terjaga ialah harus mampu memberikan rasa aman pada nasabahnya terkait dana yang disimpan maupun dikelola oleh Bank BRI Syariah maupun bersaing.

Tabel 1
INDONESIA BANK LOYALTY INDEX (IBLI)

No	2011	2012
1	Syariah Mandiri	Bank Muamalat
2	Bank Muamalat	Bank mandiri
3	Mega Syariah	Bank Cimb Niaga
4	BNI Syariah	Bank BCA
5	BRI Syariah	Bank Mega
6	Bank Syariah Bukopin	Bank BRI
7	CIMB Niaga Syariah	Bank Permata

Sumber : <http://www.markplusinsight.com>

Selain itu, perkembangan aset yang dimiliki oleh bank syariah menunjukkan bahwa potensi berkembang yang dimiliki oleh Bank Syariah menuntut pengelolaan yang baik secara sistem. Pada dasarnya kegiatan usaha bank konvensional berbeda dengan kegiatan usaha bank syariah dimana perbedaan tersebut dapat dilihat dari prinsip-prinsip dasar yang digunakan dalam melakukan kegiatan usaha perbankan. MarkPlus Insight, sebuah unit bisnis yang bergerak dalam riset pemasaran, melakukan sebuah riset atau penelitian terhadap bank-bank di

Indonesia yang memiliki loyalitas atau kesetiaan paling tinggi. Hasil riset tersebut dituangkan dalam tabel 1 yang menunjukkan bahwa selama tahun 2011 sampai 2012, Bank BRI syariah mengalami penurunan tingkat loyalitas nasabah. Pada penelitian ini masalah prinsip kepatuhan syariah, kepercayaan akan dilihat pengaruhnya terhadap pelayanan-pelayanan pada bank tersebut. Berdasarkan uraian diatas penulis melakukan penelitian mengenai. *"Pengaruh Prinsip Kepatuhan Syariah, Komitmen Agama dan Kepercayaan*

KERANGKA TEORI DAN HIPOTESIS

Prinsip Kepatuhan Syariah

Menurut Siti Asiyah, et al. (2014 : 37), Kepatuhan prinsip syariah adalah komitmen seseorang atau kepatuhan terhadap perintah-perintah atau larangan Allah SWT berdasarkan Al-quran dan Hadits. Hubungan baik dengan Allah SWT dan sesama manusia harus didasarkan Al-quran dan Hadits ini berarti bahwa setiap tindakan dan aktivitas didunia ini harus berdasarkan pada Al-quran dan Hadits. Indikator prinsip kepatuhan syariah : 1)Produk dan Jasa sesuai kepatuhan syariah 2)Nasabah dapat membayar Zakat melalui Produk yang diberikan Bank 3) Produk dan jasa tidak ada unsur riba

Inspire (2009) dalam Siti Asiyah, et al. (2014 : 37), Kepatuhan prinsip syariah adalah syarat mutlak yang harus dipenuhi dalam lembaga keuangan yang menjalankan bisnis berdasarkan prinsip-prinsip islam. Kepatuhan prinsip syariah merupakan perwujudan dari prinsip-prinsip islam dalam semua kegiatan bisnis keuangan untuk mencerminkan karakteristik lembaga itu sendiri.

Komitmen Agama

Sementara agama memuat segala sesuatu yang terbaik yang diperlukan manusia untuk mengelola tujuan-tujuan hidupnya. Agama menyediakan cita-cita kebahagiaan dan kesejahteraan, moralitas, etika kerja, manajemen keadilan serta apa saja yang dibutuhkan manusia dalam pergaulan dengan sesamanya dan seluruh unsur alam. Hal ini dilanjutkan dengan komitmen keagamaan untuk mencapai religiusitas. (Rachmad Hidayat, Sabarudin Akhmad, Machmud. 2015)

Indikator komitmen agama :1) Bank Syariah tepat bagi nasabah muslim 2) Nasabah berkomitmen dengan hukum

syariah 3) Nasabah berpartisipasi kegiatan keagamaan

Wahid Mansyur (2010), menyebutkan bahwa “komitmen agama adalah menciptakan sebuah tatanan kehidupan didalamnya tidak ada unsur-unsur yang menindas (al-dhalim) satu pihak lain. Seklaipun berbeda agama suku”. Sedangkan Rahman El-Janusi menyebutkan “ komitmen agama adalah suatu bentuk kepatuhan pada ajara agama islam”.

Kepercayaan

Menurut Tjiptono (2005:415), “*trust* (kepercayaan) merupakan faktor paling penting dalam setiap relasi. Sheth dan Mittal dalam Tjiptono (2005:415) “*trust* bisa diartikan sebagai kesediaan untuk mengandalkan kemampuan, integritas dan motivasi pihak lain untuk bertindak dalam rangka memuaskan kebutuhan dan kepentingan seseorang sebagaimana disepakati.

Menurut Matzler et.al (2008) dalam Bareraah Khan dan Muhammad Rizwan (2014) indikator kepercayaan adalah sebagai berikut : 1) Nasabah yakin terhadap bank. 2)Nasabah mengandalkan bank. 3)Nasabah menilai bank jujur. 4)Bank memenuhi harapan nasabah.

Loyalitas Nasabah

Konsumen yang dapat dikategorikan sebagai konsumen yang setia adalah konsumen yang puas dengan produk tertentu sehingga mereka mempunyai antusiasme untuk memperkenalkannya pada siapapun yang mereka kenal. Selanjutnya konsumen yang loyal juga akan menunjukkan kesetiaan mereka dengan membeli produk-produk lainnya dari perusahaan yang sama.

Menurut Chaudhuri dan Holbrook (2001) dalam Muhammad Rizwan dan Bareerah Khan (2014), indikator loyalitas adalah sebagai berikut : 1)Bank ini akan menjadi pilihan pertama nasabah 2)Nasabah akan setia terhadap bank 3) Nasabah tidak akan menggunakan bank

lain, jika layanan yang diberikan sama 4) Nasabah akan merekomendasikan bank kepada orang lain.

Pengaruh prinsip kepatuhan syariah terhadap loyalitas nasabah

Bank syariah hanya diperuntukan umat islam karena menggunakan nilai-nilai islam yang sering kali mengedepankan Prinsip – prinsip bebas riba / bunga atau non interest banking. Sementara kendala eksternal juga masih dijumpai terkait dengan belum adanya peraturan yang seragaman bagi praktek-praktek perbankan syariah dengan standarisasi internasional. Kondisi ini telah menjadi pengahalang bagi integrasi pasar perbankansyariah dengan dimensi global, pengintegrasian secara global diperlukan dalam mendorong pertumbuhan perbankan syariah di masing-masing negara mayoritas berpenduduk muslim.

Berdasarkan uraian tersebut, maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₁ : Prinsip Kepatuhan syariah berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas nasabah Bank BRI Syariah di Surabaya.

Pengaruh komitmen agama terhadap loyalitas nasabah

Menurut Rahmat Madjid, Djumilah Hadiwidjojo, Surachman dan Djumahir (2013 : 62) komitmen pelanggan yang tinggi akan menghasilkan pada peningkatan loyalitas nasabah. Beatty mendefinisikan komitmen nasabah sebagai keterikatan psikologis terhadap layanan yang diberikan. Luarn dan Lin menyimpulkan adanya hubungan yang nyata antara komitmen dan kesetiaan (Jumaev, Mukhiddin et. al., 2012 : 40).

Seorang nasabah akan mampu menentukan bahwa perilaku membeli pelanggan bersumber dari rasa kesetiaan. Sesuai dengan apa yang telah dijelaskan diatas yang seluruhnya ditulis dalam jurnal (Jumaev, Mukhiddin et. al., 2012 : 40). Sehingga dapat disimpulkan bahwa jika

nasabah telah merasa puas dengan produk dan jasa yang telah diberikan oleh suatu bank maka nasabah akan memiliki komitmen terhadap bank itu dan nasabah tersebut akan memilih untuk tetap loyal terhadap barang dan jasa bank yang bersumber dari bank tersebut.

Kepatuhan syariah merupakan manifestasi pemenuhan seluruh prinsip syariah dalam lembaga yang memiliki wujud karakteristik, integritas dan kredibilitas di bank syariah. Dimana budaya kepatuhan tersebut adalah nilai, perilaku dan tindakan yang mendukung terciptanya kepatuhan bank syariah terhadap seluruh ketentuan Bank Indonesia. Elemen yang memiliki otoritas dan wewenang dalam melakukan pengawasan terhadap kepatuhan syariah adalah Dewan Pengawas Syariah (DPS).

Dewan Pengawas Syariah melengkap tugas pengawasan yang diberikan oleh komisaris, dimana kepatuhan syariah semakin penting untuk dilakukan dikarenakan adanya permintaan dari nasabah agar bersifat inovatif dan berorientasi bisnis dalam menawarkan instrumen dan produk baru serta untuk memastikan kepatuhan terhadap hukum Islam.

Berdasarkan uraian tersebut, maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₂: Komitmen Agama berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas nasabah Bank BRI Syariah di Surabaya.

Pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah

Menurut Rahmat Madjid, Djumilah Hadiwidjojo, Surachman dan Djumahir (2013 : 55) loyalitas akan muncul jika nasabah memiliki kepercayaan yang tinggi pada bank. Hal itu diperkuat dengan pernyataan barnes yang mengatakan bahwa loyalitas pelanggan dipengaruhi dengan kepuasan pelanggan dan kepercayaan.

Hal tersebut diperkuat dengan pernyataan (Jumaev, Mukhiddin et. al., 2012 : 41). Kepercayaan adalah hal penting dalam membangun pertukaran relasional karena hubungan yang ditandai dengan kepercayaan sangat dihargai bahwa antar kedua belah pihak ingin berkomitmen untuk hubungan tersebut yang selanjutnya akan berdampak pada loyalitas.

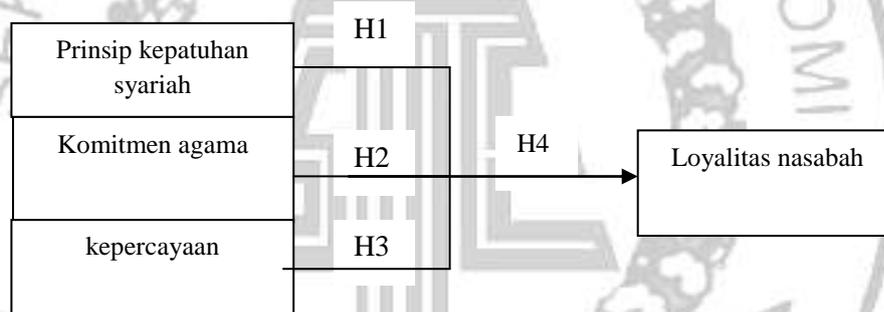
Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama diketahui bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank BRI Syariah di Surabaya tentunya meningkatkan loyalitas nasabah. Demikian diketahui bahwa loyalitas nasabah Bank BRI Syariah di Surabaya dipengaruhi oleh kepercayaan nasabah yang terdiri dari keyakinan dan kejujuran.

Artinya semakin tinggi kemampuan Bank BRI Syariah di Surabaya memberikan pelayanan yang dijanjikan kepada para nasabah dengan yakin, segera, akurat dan memuaskan tentunya akan meningkatkan loyalitas nasabah.

Selanjutnya pada aspek kejujuran yakni semakin tinggi sifat jujur yang dimiliki karyawan bank, sehingga nasabah tidak meragukan informasi yang bersumber dari bank terkait tentunya juga meningkatkan loyalitas nasabah Bank BRI Syariah di Surabaya.

Berdasarkan uraian tersebut, maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₃: Kepercayaan berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas nasabah Bank BRI Syariah di Surabaya.



Sumber : Siti Asiyah, et al. (2014) dan Rahmat Madjid, et al. (2013)

Gambar 1
Kerangka Pemikiran Penelitian

METODE PENELITIAN

Kualifikasi Sampel

Populasi dari penelitian ini adalah semua nasabah Bank BRI Syariah di Surabaya dan jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 nasabah.

Dalam hal ini peneliti menentukan kriteria nasabah yang akan menjadi sampel bagi peneliti ini. Adapun kriteria sampel yang ditetapkan yaitu : 1) nasabah yang

menggunakan produk dan jasa bank BRI syariah domisili Surabaya 2) nasabah berusia minimal 19 tahun 3) melakukan transaksi ke kantor Bank BRI syariah minimal 3 kali dalam 3 bulan terakhir.

Variabel Penelitian

Variabel Bebas (*independent variabel*), dalam penelitian ini adalah terdiri dari : Prinsip Kepatuhan Syariah (X₁), Komitmen Agama (X₂), dan Kepercayaan Nasabah (X₃) Variabel Terikat (*dependent*

variabel), dalam penelitian ini adalah Loyalitas Nasabah (Variabel Y)

Definisi Operasional Variabel

Prinsip Kepatuhan Syariah

Bank syariah sebagai salah satu lembaga keuangan syariah dalam menjalankan kegiatan usaha harus mengacu kepada prinsip syariah. Pemenuhan terhadap nilai syariah menjadi aspek yang membedakan sistem konvensional dan syariah. Makna kepatuhan syariah dalam bank syariah adalah penetapan prinsip Islam, syariah dan tradisinya dalam transaksi keuangan dan perbankan serta bisnis lain. Menurut Siti Asiyah, et al. (2014 : 37). Indikator yang dapat diukur dari variabel prinsip kepatuhan syariah adalah sebagai berikut : 1) Produk dan Jasa transaksi sesuai prinsip kepatuhan syariah 2) Nasabah dapat membayar zakat melalui produk yang diberikan bank 3) Produk dan Jasa tidak ada unsur riba

Komitmen Agama

Komitmen agama merupakan bentuk kepatuhan terhadap ajaran agama. Untuk muslim Islam adalah cara hidup yang menetapkan semua aspek kehidupan dan sejalan dengan yang telah diperintahkan. Hubungan antara nasabah dan bank yang lebih dari hubungan fungsional yang sederhana meainkan sangat emosional dan sangat kuat. Bank ingin nasabah mereka dapat dipertahankan untuk selamanya, dengan demikian dalam konteks layanan perbankan yang sesuai dengan komitmen agama Menurut Rahmat Hidayat, et al. (2015). Indikator yang dapat diukur dari variabel Komitmen agama adalah sebagai berikut : 1) Bank Syariah tepat bagi nasabah muslim 2) Nasabah berkomitmen dengan hukum syariah 3) Berpartisipasi dalam kegiatan keagamaan

Kepercayaan nasabah

Kepercayaan adalah kemauan seseorang untuk bertumpu pada orang lain dimana kita memiliki keyakinan padanya.

Kepercayaan merupakan kondisi mental yang didasarkan oleh situasi seseorang dan konteks sosialnya. Ketika seseorang mengambil suatu keputusan, dia akan lebih memilih keputusan berdasarkan pilihannya orang-orang yang lebih dapat dipercaya Menurut Matzler et.al (2008) dalam Bareraah Khan dan Muhammad Rizwan (2014)). Indikator yang dapat diukur dari variabel Kepercayaan nasabah adalah sebagai berikut : 1) Dalam bertransaksi nasabah mengandalkan Bank BRI syariah 2) Nasabah menilai Bank BRI syariah adalah Bank yang jujur 3) Bank BRI syariah memenuhi harapan nasabah untuk menggunakan salah satu produknya 4) Bank BRI syariah konsekuen dengan informasi yang diberikan kepada nasabahnya

Loyalitas Nasabah

Variabel terikat (Y) adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi sebab dari variabel ini. Dalam penelitian ini, definisi dari variabel bebas sebagai berikut: Loyalitas nasabah merupakan salah satu faktor terpenting dalam menentukan kesuksesan bisnis keberlangsungan kemajuan suatu Bank, Menurut Chaudhuri dan Holbrook (2001) dalam Muhammad Rizwan dan Bareerah Khan (2014) Indikator yang dapat diukur dari variabel Loyalitas nasabah adalah sebagai berikut : 1) Bank BRI Syariah akan menjadi pilihan pertama nasabah 2) Nasabah setia kepada Bank BRI syariah 3) Nasabah tidak akan menggunakan bank lain jika layanan yang sama diberikan oleh Bank BRI syariah 4) Nasabah akan merekomendasi Bank BRI syariah.

Data dan Metode Pengumpulan data

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan variabel prinsip kepatuhan syariah , komitmen agama dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah Bank BRI syariah di Surabaya Pendekatan

yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan suatu penelitian yang analisisnya secara umum memakai analisis statistik. Karenanya dalam penelitian kuantitatif pengukuran terhadap gejala yang diminati menjadi penting, sehingga pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan daftar pertanyaan berstruktur yang disusun berdasarkan pengukuran terhadap variabel yang diteliti yang kemudian menghasilkan data kuantitatif. Sedangkan jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian survei, yaitu penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengukuran data yang pokok.

Untuk digunakan jawaban yang dipilih dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Dalam melakukan pengukuran variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berapertanyaan atau pernyataan.

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Berganda adalah alat multivariate yang digunakan untuk menguji pengaruh beberapa variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Model

regresi berganda merupakan persamaan yang menunjukkan arah pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Model regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e_i$$

Dimana :

Y = Loyalitas Nasabah

X₁ = Kepatuhan Prinsip Syariah

X₂ = Komitmen Agama

X₃ = Kepercayaan

α = Konstanta

β₁, β₂, β₃ = Koefisien regresi yang akan diuji

e = Variabel pengganggu (Disturbance)

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Berdasarkan hasil pengumpulan data yang dilakukan melalui jawaban responden, maka diperoleh gambaran obyek dari variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Uji deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan nilai-nilai dari hasil kuesioner masing-masing variabel. Pengukuran variabel menggunakan ukuran dengan skala likert satu sampai lima. Untuk menentukan nilai rata-rata dari masing-masing responden terhadap item-item pernyataan, maka dilakukan dengan cara menjumlah nilai jawaban tersebut dibagi dengan masing-masing jumlah item atau indikator dalam tiap variabel.

Tabel 2
Hasil Analisis Karakteristik Responden

Karakteristik Responden	Kategori	Frekuensi
Jenis Kelamin	Laki-Laki	30
	Perempuan	70
Usia	19 ≤ x < 25	19
	25 ≤ x < 35	42
	35 ≤ x < 45	26
	x ≥ 45	13
Pendidikan Terakhir	SLTA	31
	Diploma	9
	Sarjana	46

	Lainnya	14
Pekerjaan	Pegawai Negeri	24
	Pegawai Swasta	42
	Wiraswasta	31
	Lainnya	3
Pendapatan	$x < \text{Rp } 1.500.000$	15
	$\text{Rp } 1.500.000 \leq x < \text{Rp } 2.500.000$	24
	$\text{Rp } 2.500.000 \leq x < \text{Rp } 3.500.000$	24
	$x \geq \text{Rp } 3.500.000$	37
Lama Menggunakan Produk	1 - 3 tahun	49
	3 - 6 tahun	51
Penggunaan Tabungan Bank Lain	Ya	39
	Tidak	61
Frekuensi Bertransaksi Ke Bank dalam 3 Bulan Terakhir	$3 \leq x < 5$ kali	35
	$x \geq 5$ kali	65

Sumber: Hasil kuesioner, diolah.

Tabel 3
Hasil Analisis Deskriptif Tanggapan Responden

Variabel	N	Mean	Penilaian
Prinsip Kepatuhan Syariah	100	3,75	Setuju
Komitmen Agama	100	3,82	Setuju
Kepercayaan	100	3,85	Setuju
Loyalitas Nasabah	100	3,81	Setuju

Sumber : Hasil kuesioner, diolah

Rata-rata keseluruhan indikator pada variabel prinsip kepatuhan syariah adalah sebesar 3,75 (setuju) yang artinya rata-rata responden setuju terhadap pernyataan tentang prinsip kepatuhan terhadap produk dan jasa yang telah diberikan bank BRI syariah di Surabaya. Variable komitmen

agama adalah sebesar 3,82 (setuju) yang artinya rata-rata responden setuju terhadap pernyataan tentang komitmen agama, variabel kepercayaan adalah sebesar 3,85 (setuju) yang artinya rata-rata responden setuju terhadap pernyataan tentang kepercayaan.

Uji validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya sebuah kuesioner. Menurut Sugiyono (2010:121) bahwa valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas berkaitan dengan instrumen yang digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur dalam kuesioner tersebut. Tinggi rendahnya validitas instrument menunjukkan sejauh mana data

yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran validitas yang dimaksud.

Untuk menguji valid atau tidaknya suatu alat ukur, digunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui nilai koefisien korelasi skor butir pertanyaan dengan skor total. Skor tersebut dikatakan valid apabila kurang dari taraf nilai signifikansi 0,05. Pengujian dilakukan dengan cara mengkorelasikan antar skor individu masing-masing pernyataan dengan skor total dari variabel. Suatu item

tidak valid jika nilai signifikansinya melebihi nilai (α) = 0,05 atau tidak terdapat korelasi yang signifikan antara item pernyataan tersebut dengan skor total keseluruhan item pernyataan (Imam Ghozali, 2011 : 42)

Uji Reliabilitas

Setelah indikator variabel secara keseluruhan dinyatakan valid, maka pengujian kuesioner dilanjutkan pada uji reliabilitas. Menurut Sugiyono (2010:3) reliabel adalah derajat konsistensi atau keajegan data dalam interval waktu tertentu. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengukuran ini dilakukan untuk butir pertanyaan yang masuk dalam kategori valid. Teknik yang digunakan untuk menguji keandalan kuesioner pada penelitian ini adalah metode *split-half* dari *spearman-Brown*.

Sebuah instrumen penelitian selain valid juga harus andal, keandalan instrumen menjadi indikasi bahwa responden konsisten dalam memberikan tanggapan. Pengujian reliabilitas dianalisis dengan menggunakan teknik dari *Cronbach* yaitu *Cronbach's Alpha* yang terdapat pada program SPSS 20.0. Menurut Imam Ghozali (2013:48), suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* \geq 0,70. Secara umum jika keandalan kurang dari 0,70 maka dianggap buruk, keandalan dalam 0,70 bisa diterima, dan jika lebih dari 0,80 maka dianggap baik.

Uji Asumsi Klasik

Dimana uji asumsi klasik merupakan asumsi pengujian yang mendasari analisis regresi. Asumsi yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah Uji Normalitas, multikolinieritas, autokorelasi dan heteroskedastisitas. *Kolmogorov – Smirnov* untuk residual data dari variabel penelitian menunjukkan nilai sebesar 0,874 dengan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,430 yang lebih besar dari 0,05 ($0,430 > 0,05$). Hal ini dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima sehingga dapat dikatakan data residual yang digunakan dalam penelitian ini terdistribusi normal dan layak digunakan.

Diketahui bahwa tidak ada variabel independen yang memiliki nilai *Tolerance* kurang dari 0,10 dan nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* lebih dari 10 yang berarti tidak terdapat korelasi antar variabel independen yang nilainya lebih dari 95persen. Sehingga dapat disimpulkan tidak ada multikoleniaritas antar variabel independen dalam model regresi. Menunjukkan bahwa variabel bebas yang signifikan secara statistik mempengaruhi variabel terikat nilai Absolute (*AbsUt*). Hal ini terlihat dari nilai probabilitas signifikan diatas lebih dari 0,737. Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas positif maupun negatif.

Regresi Linier Berganda

Persamaan regresi linier berganda adalah suatu persamaan yang digunakan untuk mengukur pengaruh antara variabel bebas yaitu prinsip kepatuhan syariah, komitmen agama dan kepercayaan dengan variabel terikat yaitu Loyalitas nasabah.

Tabel 4
HASIL PERHITUNGAN PERSAMAAN REGRESI

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1,788	,872		2,050	,043
	TOTX1	,262	,070	,223	3,712	,000
	TOTX2	,961	,078	,743	12,349	,000
	TOTX3	-,033	,043	-,030	-,762	,448

Sumber :Data diolah

Bentuk umum persamaan regresi linier berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Sedangkan berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda yang ditunjukkan pada Tabel 4.20 maka diperoleh persamaan sebagai berikut :

$$Y = 1,788 + 0,262X_1 + 0,961X_2 + (-0,033 X_3) + 0,872$$

$$Y = 1,788 + 0,262X_1 + 0,961X_2 - 0,033 X_3 + 0,872$$

Persamaan regresi linier berganda diatas menjelaskan bahwa:

1. $\alpha = 1,788$
Konstanta (α) sebesar 1,788 artinya adalah jika secara keseluruhan variabel bebas dalam penelitian ini bernilai sama dengan nol, maka besarnya nilai dari variabel terikat dalam penelitian ini yaitu Loyalitas nasabah sebesar 0,453 dengan asumsi dari variabel bebas bernilai nol.
2. $\beta_1 = 0,262$
Parameter (β_1) variabel prinsip kepatuhan syariah sebesar 0,262 artinya adalah jika variabel Prinsip kepatuhan syariah mengalami peningkatan sebesar satu - satuan, maka akan mengakibatkan kenaikan pada variabel loyalitas nasabah

sebesar 0,262 dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan. Sebaliknya jika variabel prinsip kepatuhan syariah mengalami penurunan satu - satuan, maka akan terjadi penurunan pada variabel loyalitas nasabah sebesar 0,262 dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan variabel prinsip kepatuhan syariah berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah.

3. $\beta_2 = 0,961$
Parameter (β_2) variabel Komitmen agama sebesar 0,961 artinya adalah jika variabel komitmen agama mengalami peningkatan sebesar satu – satuan, maka akan mengakibatkan kenaikan pada variabel komitmen agama 0,961 dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan. Sebaliknya jika variabel komitmen agama mengalami penurunan satu – satuan, maka akan terjadi penurunan pada variabel loyalitas nasabah sebesar 0,961 dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan. Variabel komitmen agama berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah.
4. $\beta_3 = -0,033$
Parameter (β_3) variabel kepercayaan secara 0,033 artinya adalah jika variabel kepercayaan mengalami peningkatan sebesar satu – satuan, maka akan mengakibatkan penurunan pada variabel loyalitas nasabah sebesar 0,033, dengan asumsi variabel

bebas lainnya konstan. Sebaliknya jika variabel kepercayaan mengalami penurunan satu – satuan, maka akan terjadi peningkatan pada variabel loyalitas nasabah sebesar 0,033, dengan asumsi variabel bebas lainnya konstan variabel kepercayaan berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah.

5. $e = 0,450$

Standart Error (e) merupakan standar deviasi dari nilai rata-rata. Standart error langsung dihitung dari keseluruhan data dengan menggunakan analisis SPSS dan didapatkan hasil sebesar 0,872

Uji Parsial (Uji t)

Kriteria dalam penilaian uji parsial ini dapat dinyatakan H_0 ditolak atau hipotesisnya diterima apabila tingkat signifikansi dibawah 0,05 yang berarti bahwa variabel bebas secara parsial mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat. Berdasarkan hasil uji t yang dilakukan maka uji hipotesis penelitian adalah sebagai berikut : 1) Pengaruh Prinsip kepatuhan syariah terhadap Loyalitas nasabah menunjukkan bahwa tingkat

signifikansi pada tabel 4.22 yaitu sebesar 0,000. Sehingga dapat dikatakan bahwa secara parsial prinsip kepatuhan syariah berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas nasabah Bank BRI syariah di Surabaya. 2) Hasil uji t (parsial) antara komitmen agama terhadap Loyalitas nasabah menunjukkan bahwa tingkat signifikansi pada tabel 4.22 yaitu sebesar 0,000. Sehingga dapat dikatakan bahwa secara parsial komitmen agama berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah terhadap Bank BRI syariah di Surabaya. 3) Pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas nasabah menunjukkan bahwa tingkat signifikansi pada tabel 4.22 yaitu sebesar 0,448. Sehingga dapat dikatakan bahwa secara parsial kepercayaan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah pada Bank BRI syariah di Surabaya.

Uji Simultan (Uji F)

Uji F ini digunakan untuk menguji seberapa besar pengaruh prinsip kepatuhan syariah, komitmen agama dan kepercayaan terhadap loyalitas nasabah secara bersama-sama atau serempak.

Tabel 5
HASIL UJI SIMULTAN F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	372,964	3	124,321	188,617	,000 ^b
Residual	63,276	96	,659		
Total	436,240	99			

Sumber : Data diolah

Dari tabel diatas dapat dilihat pada tabel bahwa nilai probabilitas (Sig. F) sebesar 0,000 kurang dari taraf signifikansi sebesar 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Prinsip kepatuhan syariah,

komitmen agama dan kepercayaan secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas nasabah pada Bank BRI syariah di Surabaya.

Koefisien Determinasi(R^2)

Hasil uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh

kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

Tabel 6
HASIL UJI KOEFISIEN DETERMINASI

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,925 ^a	,855	,850	,812	1,899

Sumber : Data diolah

Berdasarkan tabel 15 diperoleh *Adjusted R Square* sebesar 0,850. Nilai *Adjusted R Square* digunakan untuk menunjukkan seberapa besar variasi variabel bebas mampu menjelaskan variasi variabel terikat. Nilai 0,850 menjelaskan bahwa 85,0persen variasi variabel Prinsip kepatuhan syariah, komitmen agama dan kepercayaan mempengaruhi variasi variabel Loyalitas nasabah. Adapun sisanya 15persen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Hubungan antara Prinsip Kepatuhan Syariah terhadap Loyalitas nasabah

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa prinsip kepatuhan syariah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian sebelumnya, Siti Asiyah, Djumilah Hadiwidjojo, Achmad Sudiro, Khusnul Ashar pada tahun 2014 yang menyebutkan bahwa Prinsip kepatuhan syariah berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah. Hal ini disebabkan karena pendapat responden lebih banyak menjawab sangat setuju dan setuju dari tiga (3) item pernyataan yang mengenai Prinsip kepatuhan syariah Bank BRI syariah di Surabaya. Masing-masing nasabah memberikan arti bagaimana

Produk dan jasa Bank BRI syariah telah sesuai prinsip kepatuhan syariah.

Bank BRI syariah di Surabaya mempunyai Prinsip kepatuhan syariah yang sangat kuat dapat mempengaruhi nasabah untuk selalu menggunakan Produk dan jasa Bank BRI syariah. Sehingga dalam hal ini variabel prinsip kepatuhan syariah dapat dijadikan patokan atau tolak ukur untuk loyalitas nasabah. Karena memang pada hasil pernyataan dari responden menyatakan bahwa Prinsip kepatuhan syariah dari Produk dan jasa Bank BRI syariah tidak ada deferensiasi dari produk dan jasa bank syariah lainnya.

Hubungan antara Komitmen Agama dengan Loyalitas Nasabah

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel komitmen agama berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal tersebut terjadi karena nasabah Bank BRI syariah sangat berkomitmen dengan hukum syariah, berdasarkan hasil dari pernyataan diperoleh dari jawaban dari reponden banyak yang menjawab sangat setuju dan setuju. Bahwa komitmen agama berpengaruh positif. Tetapi hasil penelitian ini tidak didukung dengan penelitian sebelumnya Rachmad Hidayat, Sabarudin Akhmad, Machmud pada tahun 2015 yang menyebutkan bahwa komitmen agama berpengaruh tidak signifikan terhadap

loyalitas nasabah. Hal ini disebabkan karena responden mempunyai pendapat lain tentang komitmen agama dalam Bank BRI syariah dan ada perbedaan dari produk dan jasa Bank syariah lainnya. Berbeda dengan penelitian saat ini menyatakan bahwa komitmen agama sangat berpengaruh dalam hal tentang hukum syariah terhadap loyalitas nasabah di Bank BRI syariah di Surabaya. Hal ini diperkuat dari pernyataan dari responden bahwa mayoritas nasabah Bank BRI syariah di Surabaya seorang muslim.

Berdasarkan uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa semakin baik komitmen agama nasabah Bank BRI syariah terhadap produk dan jasa yang telah diberikan Bank BRI syariah maka akan semakin tinggi pula nilai loyalitas nasabah tersebut. Hal tersebut dapat dilihat dari nasabah Bank BRI syariah yang pernah melakukan transaksi ke Bank BRI syariah di Surabaya.

Hubungan Antara Kepercayaan terhadap Loyalitas nasabah

Berdasarkan hasil penelitian ini variabel kepercayaan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap loyalitas. Hal tersebut terbukti dalam pernyataan kuesioner menyatakan bahwa responden menjawab ragu – ragu dan menjawab kuesioner kurang teliti. Jika Bank BRI syariah selalu jujur ketika memberikan informasi mengenai produk dan jasanya kepada nasabah.

Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya Matzler et al, pada tahun 2008 yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah. Hal ini disebabkan pendapat responden lebih menjawab setuju dan tidak setuju dari empat pernyataan yang mengenai kepercayaan. Kepercayaan nasabah menentukan pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap loyalitas dalam menggunakan produk dan jasa Bank BRI syariah. Nasabah cenderung percaya ketika menerima informasi secara

langsung maupun tidak langsung dari pihak bank.

Hal ini tidak merubah loyalitas nasabah untuk menggunakan produk dan jasa Bank BRI syariah. Sehingga dalam hal ini bahwa variabel kepercayaan tidak dapat dijadikan patokan atau tolak ukur untuk loyalitas nasabah. Karena memang pada hasil lapangan menyatakan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah

Hubungan antara Prinsip Kepatuhan Syariah, Komitmen Agama, Kepercayaan dengan Loyalitas Nasabah

Hipotesis ini digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara Prinsip kepatuhan syariah, komitmen agama dan kepercayaan secara bersama-sama terhadap Loyalitas nasabah pada Bank BRI syariah di Surabaya. Berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel prinsip kepatuhan syariah, komitmen agama dan kepercayaan secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas nasabah pada Bank BRI syariah di Surabaya. Berdasarkan uji F menunjukkan bahwa nilai probabilitas (Sig F) sebesar $0,000 < \text{Taraf Sig}$ sebesar 0,05 (5persen). Hal ini menjelaskan bahwa hipotesis lima (H_4) dalam penelitian ini diterima.

KESIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil yang telah didapatkan melalui hasil analisis yang telah dilakukan baik secara deskriptif maupun statistik dengan aplikasi SPSS 20,0 didapatkan hasil sebagai berikut: 1) Variabel Prinsip kepatuhan syariah berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas nasabah Bank BRI syariah di Surabaya. Semakin tinggi Prinsip kepatuhan syariah produk dan jasa Bank BRI syariah maka akan semakin tinggi pula Loyalitas nasabah tersebut. 2) Variabel Komitmen agama berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas nasabah Bank BRI syariah di Surabaya. Semakin tinggi komitmen

agama produk dan jasa Bank BRI syariah maka akan semakin tinggi pula Loyalitas nasabah tersebut. 3) Variabel kepercayaan berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank BRI syariah di Surabaya. Semakin tinggi Kepercayaan produk dan jasa Bank BRI syariah maka tidak selalu akan Loyalitas nasabah. 4) Variabel Kepatuhan syariah, komitmen agama dan kepercayaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Nasabah Bank BRI syariah di Surabaya. Dapat dikatakan jika secara bersama-sama prinsip kepatuhan syariah, komitmen agama dan kepercayaan meningkat maka loyalitas nasabah Bank BRI syariah akan meningkat.

Dalam penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang mungkin dapat mempengaruhi hasil penelitian. Keterbatasan yang ada dalam penelitian ini adalah: 1) Kesulitan memperoleh nasabah dilokasi bank tidak diperkenankan masuk kedalam oleh pihak bank dalam penyebaran kuesioner, namun hal itu dapat diatasi dengan cara menunggu responden diluar bank. Dan banyaknya responden yang tidak bersedia mengisi kuesioner penelitian yang diberikan sehingga membuang waktu dalam pencarian responden. 2) Peneliti merasa sulit mencari responden yang telah bertransaksi di Bank BRI syariah di Surabaya minimal tiga kali dalam tiga bulan terakhir, hal ini bisa diatasi dengan melakukan pencarian responden diberbagai tempat dengan waktu yang sangat terbatas.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan baik oleh peneliti terdahulu maupun penelitian yang dilakukan saat ini terdapat beberapa saran yang dapat dipertimbangkan baik bagi peneliti selanjutnya dan bagi bank. Adapun saran sebagai berikut : 1) Bagi Bank BRI syariah Surabaya diharapkan meningkatkan informasi- informasi yang terbuka terhadap Produk dan jasa Bank BRI syariah kepada nasabah dalam rangka meningkatkan

Loyalitas nasabah. Berdasarkan hasil dari jawaban kuesioner di penelitian ini variabel kepercayaan masih terdapat nasabah yang ragu-ragu, diharapkan Bank BRI syariah Surabaya memberikan informasi produk dan jasa kepada nasabah melalui media cetak dan media komunikasi yang lebih menarik seperti brosur dan internet. 2) Bagi Penelitian selanjutnya diharapkan mempertimbangkan variabel lain dalam penelitian saat ini guna untuk mengetahui variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi Loyalitas nasabah Bank BRI syariah. Seperti kualitas yang dirasa, keputusan, dan sebagainya.

DAFTAR RUJUKAN

- Fandy Tjiptono. 2005. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit ANDI
- Imam Ghozali. 2011. *"Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS"*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Imam Ghozali. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program ibm sppss 21*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro..
- Jumaev, Mukhiddin et. al., 2012. "Impact Of Relationship Marketing On Customer Loyalty In the Banking Sector". *Far East Journal of Psychology and Business*. Vol. 6 No. 3 March 2012.
- MarkPlus Insight Group. *Indonesian Bank Loyalty Index*. 2012. Online. <http://www.markplusinsight.com>. Diakses tanggal 10 maret 2016
- Muhammad Syafi'i Antonio. 2001. *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press
- Rachmad Hidayat, Sabarudin Akhmad, Machmud .2015. *"Effect of service quality, customer trust and customer religious commitment on customer satisfaction and loyalty of*

- islamic banks in east java “*.
International Journal of Business and Management. Diakses Tanggal 15 April 2015
- Rachmat Syafei.2008. *Fiqih Muamalah*. Bandung: Pustaka Setia
- Rahmat Madjid, et. al., 2013. *Customer Trust as Relationship Mediation Between Customer Satisfaction and Loyalty at Bank Rakyat Indonesia (BRI) Southeast Sulawesi. The International Journal of Engineering and Science (IJES)*. Vol.2 : 48-60
- Siti Asiyah, Djumilah Hadiwidjojo, Achmad Sudiro, Khusnul. 2014.”*Relationship Between Shariah Principles Adherence, Corporate Social Responsibility, Trust and Costumer Loyalty:Theoretical Study at Indonesia BMT” International Journal of Business and Management Invention*.ISSN (Online): 2319-8028, ISSN(Print): 2319-801X www.ijbmi.org Volume 3 Issue 10 October.2014 Pp.36-46. Diakses Tanggal 15 April 2015
- Sugiono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Sugiono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Matzler, K., Krauter, S. G., & Bidmon, S. (2008). *Risk aversion and brand loyalty: The mediating role of brand trust and brand affect. Journal of Product & Brand Management*,17(3), 154-162. <http://dx.doi.org/10.1108/10610420810875070>
- Chaudhuri, A., & Holbrook, M. B. (2001). *The chain of effects from brand trust and brand affect to brand performance: The role of brand loyalty. Journal of Marketing*, 65(2), 81-93. <http://dx.doi.org/10.1509/jmkg.65.2.81.18255>